



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Informaationäyttöjärjestelmän kehittämisen vaikutukset organisaation sisäisen viestinnän laatuun

Ruokolainen, Mikko

2015 Laurea Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Kerava

Informaationäyttöjärjestelmän kehittämisen vaikutukset organisaation sisäisen viestinnän laatuun

Mikko Ruokolainen
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2015

Mikko Ruokolainen

Informaationäyttöjärjestelmän kehittämisen vaikutukset organisaation sisäisen viestinnän laatuun

Vuosi	2015	Sivumäärä	48
-------	------	-----------	----

Yritys Oy:n henkilöstötyytyväisyyskyselyissä oli useina vuosina peräkkäin noussut esille kehittämiskohteena informaation tuottaminen tuotannon henkilöstön saataville. Tuotannon henkilöstöstä suurella osalla ei ollut pääsyä yhtiön intranettiin jonka johdosta yhtiö- ja osastotason tiedotuksen seuraaminen oli hankalaa. Myöskään reaaliaikaisten tuotantoa koskevien tietojen julkaisulle ei vielä ollut kanavaa.

Edellä mainitun ongelman ratkaisemiseksi Yrityksessä käynnistettiin vuoden 2014 alkupuolella sisäisen viestinnän kehityshanke. Hankkeen tavoitteena oli uudistaa olemassa oleva viestintäkanava kokonaisuudessaan. Kyseinen kanava oli tuotannon tiloihin sijoitettu informaationäyttöjärjestelmä, joka ei enää kyennyt täyttämään sille asetettuja odotuksia ja viestintätarpeita.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kuvata kehityshankkeen edistymistä, sekä tutkia uuden järjestelmän vaikutuksia sisäisen viestinnän laatuun. Edellä mainitusta syystä tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen- eli laadullinen tutkimusmenetelmä.

Tiedonkeruumenetelmäksi päätettiin teettää Yritys Oy:n henkilöstölle henkilöstötutkimus. Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeella, jonka otantaan toivottiin osallistuvan uusitun informaationäyttöjärjestelmän vaikutusalueella työskentelevät Yritys Oy:n henkilöstön jäsenet. Kysely järjestettiin noin puoli vuotta uuden viestintäjärjestelmän käyttöönoton jälkeen, jotta henkilöstöllä oli aikaa muodostaa mielipide uudesta viestintäkanavasta.

Vastausten perusteella saatiin arvokasta tietoa henkilöstön suhtautumisesta uutta järjestelmää kohtaan. Vastauksien perusteella pystyttiin muodostamaan johtopäätöksiä viestinnän laadullisista muutoksista. Koska kyselyn kohteena on uusi viestintäjärjestelmä, kyselyn myötä saatiin selville myös reilusti korjaus- sekä kehitysehdotuksia järjestelmän toimintaan ja päivittäiseen viestintään liittyen.

Asiasanat: sisäinen viestintä, kvalitatiivinen tutkimus, henkilöstö, viestinnän kehitys, viestintäkanava

Mikko Ruokolainen

Developing the information monitor system and the effects on internal communication

Year	2015	Pages	48
------	------	-------	----

For several years in a row Yrityys Oy's personnel satisfaction surveys brought up development subject concerning internal communication. Most of the personnel did not have access to the company's intranet and therefore had difficulties following the company's news and other releases. Yrityys Oy was also missing an internal communication channel which allows releasing information directly to the staff.

To act on these issues Yrityys Oy launched a project to develop internal communication. The main goal for this project was to completely remake an old internal communication channel. The communication channel in question was series of information monitors that were placed within the company's premises. The old system could not carry out its purpose anymore.

The main object of this Bachelor's thesis is to describe the progress of the development project and to study the qualitative effects in internal communication of this project. For this reason the main research method chosen was qualitative research.

A personnel survey was conducted to study the qualitative effects in internal communication brought by the new information monitor system. The main target group for this survey was all of the Yrityys Oy's personnel that operated under the influence of the new communication channel. The survey was launched approximately six months after the deployment of the new channel.

The survey answers gave relevant information of the personnel's opinion about the new information monitor system and information on the new system's impact on the quality of internal communication. Survey answers also pointed out lots of improvement suggestions concerning the new system.

Key words: internal communication, qualitative survey, personnel, development, communication channel

Sisällys

1	Johdanto	7
2	Tutkimuksen lähtökohdat	7
2.1	Tutkimuksen tavoitteet ja rajoitteet	8
2.2	Tutkimusongelma	8
2.3	Keskeiset käsitteet	8
3	Sisäinen viestintä	9
3.1	Suunnittelu	10
3.2	Hyödyt	10
3.3	Tavoitteet	11
3.4	Haasteet	11
3.5	Kanavat	12
3.5.1	Kasvokkaisviestintä	12
3.5.2	Kirjallinen viestintä	13
3.5.3	Sähköinen viestintä	14
4	Tutkimusmenetelmät	14
4.1	Case- eli tapaustutkimus	15
4.2	Validiteetti	15
4.3	Reliabiliteetti	16
5	Yritys Oy	16
5.1	Yritys Oy ja sisäinen viestintä	17
5.1.1	Kasvokkaisviestinnän kanavat	17
5.1.2	Sähköisen viestinnän kanavat	18
5.1.3	Kirjallisen viestinnän kanavat	19
5.2	Sisäisen viestinnän nykytila	19
5.2.1	Henkilöstötutkimustulokset vuosilta 2010 - 2013	20
5.2.2	Johtopäätökset viestinnän nykytilasta	20
6	Informaationäyttökannan kehitysprojekti	21
6.1	Vanha informaationäyttöjärjestelmä	22
6.2	Uusi järjestelmä	23
6.3	Järjestelmän toimintamalli	23
6.4	Projektin vaiheet	25
6.4.1	Projektin alku	25
6.4.2	Projektin kulku	25
6.4.3	Testaus	26
6.4.4	Käyttöönotto	26
6.5	Osastottain kohdennettua viestintää uudella järjestelmällä	27
6.5.1	Keräily	27
6.5.2	Lähtämö	31

6.5.3	Vastaanotto	34
6.5.4	Tuotantotoimisto	37
6.5.5	Jakoterminaali	37
7	Henkilöstötutkimuksen tulokset	38
8	Johtopäätökset	39
9	Yhteenveto	40
	Lähteet	42
	Kaaviot	43
	Kuvat	44
	Taulukot	45
	Liitteet	46

1 Johdanto

Kohteena oleva yritys on suuri valikoima-, hankinta- ja logistiikkapalveluyhtiö. Kyseinen yritys sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Yrityksen vaatimuksena oli pysyä nimettömänä tässä opinnäytetyössä, joten jatkossa yritykseen viitataan nimellä Yritys Oy. Yrityksessä toteutettiin vuoden 2014 aikana kehityshanke, jonka aikana rakennettiin uudelleen yksi sisäisen viestinnän kanavista. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia miten kyseisen hankkeen tuomat uudistukset ovat vaikuttaneet viestinnän laatuun.

Yritys Oy:n sisäinen viestintä on melko hyvällä tasolla ja käytössä on monia sisäisen viestinnän kanavia. Kehityshankkeen kohteena oli yksi viestinnän kanavista, joka uudistettiin kokonaisuudessaan. Kyseessä oli informaationäyttöjärjestelmä, joka on sijoitettu yrityksen tuotannon tiloihin. Kanavan pääsääntöinen tavoite on toimittaa tuotantoon ja tuotannon tilaan liittyvää päivittäistä informaatiota varastotyöntekijöille.

Kyseinen hanke on ollut toivottu askel sisäisen viestinnän kehityksessä. Hanke sai hyväksynnän Yritys Oy:n johtoryhmältä vuoden 2014 alkupuolella. Hyväksytyn päätöksen jälkeen kehitysprojekti eteni hyvää tahtia ja järjestelmä saatiin tuotantokäyttöön jo vuoden 2014 elokuun vaihteessa.

Yrityksessä järjestettiin vuoden 2015 maaliskuussa henkilöstötutkimus tämän kyseisen opinnäytetyön yhteydessä, joka mahdollisti viestinnän laadullisten muutosten tutkimisen ja konkreettisten tulosten esittämisen. Henkilöstötutkimuksen aikana uuden järjestelmän käyttöönotosta oli ehtinyt kulua noin puoli vuotta, joten yrityksen henkilöstöllä oli aikaa muodostaa mielipiteitä uudistettua viestinnän kanavaa kohtaan.

2 Tutkimuksen lähtökohdat

Yrityksessä toteutetun kehityshankkeen keskeisimpänä tavoitteena on tuottaa sisäisen viestinnän kanava, joka toimittaa Yrityksen tuotannon henkilöstölle osastokohtaista informaatiota yhteisen informaation sijasta. Ylimääräinen informaatio sekä tieto, joka ei kosketa vastaanottajaa itseään voidaan kokea tarpeettomaksi ja turhaksi. Mikäli tietolähde koetaan usein turhaksi, on olemassa riski, että kyseinen viestintäkanava menettää uskottavuutensa. Osastokohtaisen sisällön etu on siinä, että niin sanottu ylimääräinen informaatio on valmiiksi karsittu pois.

Kehityshankkeen kohteena on informaationäyttöjärjestelmä, joka on yksi sisäisen viestinnän sähköisistä kanavista. Projektin aikana järjestelmä on tarkoitus uusia kokonaisuudessaan. Tämä tarkoittaa kaikkien vanhojen näyttöjen ja laitteiden korvaamista uusilla. Yrityksellä itsel-

lään ei ole valmiuksia rakentaa tämän kaltaista järjestelmää, joten järjestelmä tilataan ulkopuoliselta taholta.

Projektityöskentely pitää sisällään muun muassa näytöillä esitettävän sisällön suunnittelun ja toteutuksen, uuden järjestelmän koulutuksen käyttäjille sekä testauksen ja käyttöönoton. Projekti eteni suunnitellusti ja aikataulussaan. Projekti aloitettiin hieman alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen, koska kehityshankkeen hyväksyntä lykkääntyi muutamaan otteeseen.

2.1 Tutkimuksen tavoitteet ja rajoitteet

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää Yritys Oy:n sisäisen viestinnän laadulliset muutokset uuden viestintäjärjestelmän käyttöönoton myötä. Sisäisen viestinnän laadun mittareina tutkimuksessa käytetään muun muassa tiedonkulkua yleisesti sekä tiedottamisen aktiivisuutta. Lähtökohtana viestinnän laatutasolle tutkimuksessa käytetään vuosien 2010, 2011, 2012 sekä 2013 yrityksen teettämien henkilöstötutkimuksien sisäisen viestinnän osuuksien tuloksia.

Tutkimuksen tekeminen käsittäen kaiken sisäisen viestinnän olisi melko laaja urakka. Tämän vuoksi tutkimus rajataan käsittelemään sisäisen viestinnän kanavista pääasiassa vain uutta informaationäyttökanaavaa. Näin saadaan estettyä tutkimuksen tahaton laajeneminen. Tutkimuksen yhteydessä järjestettävässä henkilöstötutkimuksessa tutkitaan sisäistä viestintää kokonaisuutena hyvin pintapuolisesti. Henkilöstötutkimuksen pääpaino tulee olemaan kyselylomakkeen sisältämien informaationäyttöjärjestelmän sekä kohdennetun viestinnän osalualueilla.

2.2 Tutkimusongelma

Jotta tutkimuksen edetessä voidaan tarkkailla, että tutkimus on menossa oikeaan suuntaan, on muotoiltava tutkimusongelmaa kuvaava tutkimuskysymys. Näin voidaan seurata tutkimuksen lähestyessä loppuaan, että tutkimuksen alkuperäinen tarkoitus on säilynyt.

Tämän opinnäytetyön ensisijainen tutkimuskysymys on ”Miten kohdennettua viestintää hyödyntävä viestintäkanava vaikuttaa organisaation sisäisen viestinnän laatuun?”. Tämän kysymyksen ympärille uskon saavani kasattua tutkimukseen liittyvät tulokset ja johtopäätökset.

2.3 Keskeiset käsitteet

Tässä osiossa käydään läpi tutkimuksessa käytettyjä käsitteitä, jotka saattavat olla lukijalle tuntemattomia. Käsitteet on listattuna aakkosjärjestyksessä seuraavassa osiossa.

- Mediaserveri: Media server (mediaserveri) on tietokone tai laite, jonka ohjelmisto toistaa sille määrättyä multimediaa (kuvia, videoita yms.) mediaserveriin liitetyn television tai muun sen tyyppisen monitorin kautta (Gonzalez).
- Pilvipalvelu: Cloud service (pilvipalvelu) tarkoittaa palvelua, jonka tietotekninen osuus suoritetaan internetissä eli ”pilvessä”. Loppukäyttäjän käyttökokemus ei yleensä eroa lainkaan pilvipalvelussa ja paikallisessa eli omalla koneella suoritettussa ohjelman käytössä. Toisin sanoen, loppukäyttäjä ei ole välttämättä tietoinen missä tietotekninen osuus suoritetaan. (Rouse 2011.)
- RSS-syöte: Really Simple Syndication (RSS) on verkkosyötemuoto, jota käytetään usein päivittyvän digitaalisen sisällön julkaisemiseen. Muun muassa useat uutis- sekä sääpalvelut hyödyntävät kyseistä syötettä alati muuttuvan materiaalin vuoksi. (w3schools.)
- SQL: Structured Query Language (SQL) on standardoitu kyselykieli, jolla voi tehdä hakuja ja muutoksia tietokantaan (w3schools).
- Tietokanta: Tietokanta on tietotekninen tietovarasto (WebOpas 2011).

3 Sisäinen viestintä

Viestintä on prosessi, jonka tarkoituksena on vaihtaa sanomia lähettäjän ja vastaanottajan välillä. Sanoman on tarkoitus pitää sisällään informaatioita ja se on informatiivinen, mikäli se vähentää vastaanottajan epätietoisuutta sanoman kuvaaman kohteen osalta. Sanomien informatiivisuus riippuu aina sanoman sisällöstä, vastaanottajan aikaisemmista tiedoista sekä viestintätilanteesta. (Åberg 2002, 27.)

Åberg (2000, 141) toteaa, että operatiivinen viestintä eli työviestintä on viestintää, jota työyhteisön jäsenet tarvitsevat voidakseen hoitaa omat työnsä. Henkilökohtaiseen kanssakäymiseen perustuvat sisäisen viestinnän kanavat ovat Åbergin (2000, 144 - 145) mukaan avainasemassa. Varsinkin oman esimiehen puoleen käännytään, kun kaivataan tietoa omaan työhön sekä yritykseen liittyvissä seikoissa.

Työyhteisö ei voi toimia ilman viestintäjärjestelmää. Tämä on tärkeä edellytys tavoitteelliselle työyhteisölle. Työyhteisön viestintä pitää sisällään sellaista sanomien vaihdantaa, joka tekee työyhteisön ja sen jäsenten tavoitteiden toteuttamisen mahdolliseksi. Tämän takia vies-

tintä on erittäin tärkeä työkalu, joka liittää työyhteisön osat toisiinsa ja koko työyhteisön ympäristöönsä. (Åberg 2002, 30 - 31.)

Viestintä vaikuttaa kaikkialla yhteisön toiminnassa. Kyse on tiedon ja informaation vaihdon lisäksi yhteisyydestä, kokemusten jakamisesta ja kulttuurista. Yhteisön toimiva sisäinen viestintä muovaa myös yhteisön ulkoista kuvaa. (Juholin 1999, 13.)

3.1 Suunnittelu

Toimiva viestintä tarvitsee tavoitteita ja sen on oltava pitkälle suunniteltu. Näin osataan toimia yllättävissäkin tilanteissa. On myös osattava tunnistaa sekä riski- että vaaratilanteet, jotta niitä voidaan välttää. (Ikävalko 2001, 20.)

Organisaation viestinnän suunnittelu pohjautuu koko yhteisön omaan strategiaan. Viestinnällä ei ole juuri mitään itseisarvoa, ellei se perustu yhteisön kokonaistoimintaan ja tavoitteisiin (Ikävalko 2001, 32). Ikävalko (2001, 33) viittaa viestintästrategian muodostuvan viidestä eri osa-alueesta.

Ensimmäinen osio on nykytila-analyysi. Tässä vaiheessa on määritettävä yhteisökuva tärkeimpien sidosryhmien keskuudessa, kuten yhteisön tunnettuus ja mielikuvat. On myös selvitettävä henkilöstön asenne ja käsitys yhteisön tiedonkulkua kohtaan. Seuraavaksi selvitetään yhteisön toimintastrategia. Selvitetään mihin yhteisö pyrkii eli yhteisön strategiset tavoitteet ja miten saadaan viestintä tukemaan tätä strategiaa. Yhteisön kesken on oltava selkeät pelisäännöt ja työnjako viestintävastuun suhteen.

Suunnitteluvaiheessa on selvitettävä viestinnän resurssit. Kuka viestii ja miten. Viestinnän kanavista poimitaan omaan yhteisöön sopivat vaihtoehdot, jotka on mahdollista toteuttaa. Tarpeeseen sopivat kanavat tuottavat paremman tuloksen, kuin liian monen ja mahdollisesti turhan viestintäkanavan haaliminen. Kaksi viimeistä vaihetta ovat strategiakauden päätavoitteiden ja toimintojen määrittäminen ja tulosten seuranta ja analysointi. Päätavoitteet ja toiminnot on hyvä määrittää tässä vaiheessa esimerkiksi vuodeksi eteenpäin.

3.2 Hyödyt

Yhteisö ei toimi ilman toimivaa viestintää. Toimivan viestinnän hyötynä saadaan informaatio organisaation henkilöstölle ajallaan. Täten henkilöstöllä on aikaa mukautua uudistuksiin ja muutoksiin sekä henkilöstön tietämys työtehtäviään kohtaan pysyy ajan tasalla. Toimivalla sisäisellä viestinnällä ehkäistään ristiriitoja ja ennalta autetaan organisaation sisäistä yhteistyötä. Esimerkiksi eri osastojen välinen yhteistyö voi kärsiä heikon viestinnän vuoksi.

Toimivalla viestinnällä on toki muitakin hyötyjä kuin sanomien onnistunut välitys. Informaation siirtämisen lisäksi viestinnän on tarkoitus tarjota mahdollisuus epäselvien asioiden selvittämiseen (Åberg 2006, 83). Yrityksen sisäisessä viestinnässä edellä mainittu piirre tulee hyvin esille esimiehen ja alaisen välisessä kanssakäymisessä. Alaisten on helpompi päästä käsiksi viestin sanomaan, mikäli he pääsevät suoraan kanssakäymiseen viestin luojaan tai välittäjän kanssa. Täten päästään välittömästi oikaisemaan mahdolliset epäselvyydet.

3.3 Tavoitteet

Ilman tavoitteita ei pystytä arvioimaan viestinnän tuloksia, joten tavoitteiden asettaminen on erittäin olennaista (Ikävalko 2001, 16). Tavoitteiden asettaminen viestinnälle on nykyisin itsestään selvää, mutta jokin aika sitten tavoitteet olivat vieras käsite jopa viestinnän ammattilaisille. Tavoitteellinen ajattelu alkaa strategiselta tasolta, jossa määritellään koko yhteisöä palvelevat tavoitteet. Siitä siirrytään operatiiviselle tasolle niin, että jokainen toimenpiteen ja hankkeen yhteydessä osoitetaan sen palvelevan kokonaistavoitetta. Tavoitteet siis antavat samalla suuntaa ja niiden avulla voidaan tarkastella, että kuljetaan oikealla polulla. (Juholin 2009, 99 - 100.)

Sisäisellä viestinnällä on monia tavoitteita. Siukosaari (2002, 65) mainitsee seuraavat tavoitteet: yhteistyön tehostaminen, tuloksenteon varmistaminen, työilmapiirin ja me-hengen parantaminen, yhteisökuvan rakentaminen sekä oikean tiedon välittyminen. Viestinnällä pidetään henkilöstö tietoisena yhteisön uutisista, kehityksestä, toiminnasta, tuotteista, tavoitteista sekä tuloksista (Siukosaari 2002, 79).

Tavoitteita asettaessa on erotettava toisistaan viestinnän tavoitteet ja koko organisaation tavoitteet. Tavoiteasetannan pohjaksi tarvitaan tieto lähtötilanteesta, johon käytetään apuna erilaisia analyysejä. Viestinnän nykytila on kartoitettava, jotta tiedetään millä tasolla organisaation viestintä on sillä hetkellä. (Juholin 2009, 100 - 101.)

3.4 Haasteet

Sisäisen viestinnän parissa esiintyy monia haasteita. Haasteita voi esiintyä suunnittelu-, ylläpito- ja kehitysvaiheessa. Muuttuva ja jatkuvasti kehittyvä teknologia tarjoaa kattavan listan vaihtoehtoisia keinoja viestintään. Kanavista on poimittava yrityksen omiin tarpeisiin sopivat vaihtoehdot, jotka on resurssien rajoissa mahdollista toteuttaa. Liian monen viestintäkanavan käyttö voi heikentää viestinnän laatua, sekä vaikeuttaa ylläpitotehtäviä.

Viestinnän laatua on tarkkailtava, jotta laatutaso on mahdollista säilyttää myös tulevaisuudessa. Säännöllinen henkilöstötutkimus on oiva keino viestinnän jatkuvaan seuraamiseen. Laadun tarkkailun lisäksi vaaditaan osaava henkilöstö viestinnän tilan analysointiin ja kehittämiseen.

Mikäli organisaation viestintä on heikolla tasolla, riskinä on, että puskaradionakin tunnettu epävirallinen viestintä täyttää puuttuvia aukkoja informaatiossa. Epävirallisia kanavia pitkin kulkevat sanomat eivät ole luotettavia, koska niiden alkuperästä ja totuudenmukaisuudesta ei ole varmuutta. Kuten leikki nimeltä ”Rikkinäinen puhelin” on opettanut, viestin sanoma voi muuttua, kun se kulkee tarpeeksi monen henkilön kautta.

3.5 Kanavat

Yrityksen sisäinen viestintä jaetaan usein kolmeen pääryhmään: kasvokkaisviestintään, kirjalliseen viestintään sekä sähköiseen viestintään. Kasvokkaisviestintä vaatii henkilökohtaista vuorovaikutusta ja tähän ryhmään kuuluu muun muassa kokoukset, palaverit, tiedotustilaisuudet sekä perehdyttäminen. Kirjalliseen viestintään kuuluu lehdet, julkaisut, ilmoitustaulun tiedotteet, työohjeet, käsikirjat sekä raportit. Sähköisen viestinnän kanaviin kuuluu puhelinliikenne, televisioissa esitettävät tiedotteet, sähköposti, puhelin- ja videokokoukset, intranet, internet sekä muu multimedia. (Juholin 1999, 139 - 140.)

Edellä mainittujen pääryhmien lisäksi voidaan mainita vielä alaluokat virallinen ja epävirallinen viestintä. Epäviralliseen viestintään voidaan luokitella esimerkiksi käytävillä, taukotiiloissa, ruokalassa sekä tupakkapaikoilla käydyt keskustelut.

Kanavia voidaan myös luokitella viestinnän nopeuden mukaan. Kirjallinen viestintä kuuluu usein hitaiden luokkaan, mutta kirjallisissa viesteissä aihe voidaan esitellä kokonaisvaltaisesti. Sanoman vastaanottaja voi perehtyä ja omaksua viestin omaan tahtiin. Sähköistä viestintää pidetään usein nopeimpana keinona viestiä. Viesti saavuttaa suuria vastaanottajamääriä samanaikaisesti, kun mietitään esimerkiksi intranetiä, televisiota tai radiota. Kasvokkaisviestintä on myös nopeaa viestintää, mutta se usein kattaa pienemmän vastaanottajamäärän, kuin suuret sähköiset jakelukanavat. (Ikävalko 2001, 59.)

3.5.1 Kasvokkaisviestintä

Kasvokkaisviestintää harjoitetaan koko työyhteisön laajuisesti yhteisissä tilaisuuksissa ja tämän lisäksi myös yksikkö- ja yksilötasolla. Tämä viestinnän muoto on yksi arvostetuimmista, koska viestin ymmärtäminen voidaan todeta jo tiedotushetkellä. Suurehkojen kokouksien tai palaverien järjestämisessä tulee esiin kasvokkaisviestinnän varjopuolia, kuten ajan tarve ja

sopivan ajankohdan löytyminen. Suuren kokouksen suunnittelu ja toteutus vie runsaasti aikaa ja tästä syystä tämän kaltainen tiedottaminen korvataan helposti intranetillä, mikäli se on yrityksen käytettävissä. (Juholin 1999, 141 - 142.)

Ensimmäinen viestintäkeino aloittavan työntekijän kanssa on useimmiten perehdytysjakso. Kyseisen jakson on tarkoitus tutustuttaa uusi työntekijä yrityksen kulttuuriin ja toimintamalleihin. Perehdytys on jatkoa rekrytointiprosessille, jonka aikana työntekijä on saanut yleistä tietoa yrityksestä. Perehdytysjakso on kasvokkaisviestintää parhaimmillaan, koska se vaatii vuorovaikutusta ja kanssakäymistä perehdyttäjän ja perehdytettävän välillä. (Juholin 1999, 144 - 145.)

Puskaradiona tunnettu henkilöstön keskuudessa esiintyvä viestintä on myös yksi merkittävimmistä kasvokkaisviestinnän kanavista. Tämän kanavan viestijänä toimivat omat työtoverit, joten keskustelu ja kanssakäyminen on luontevaa ja viestin sanoma helposti ymmärrettävissä (Åberg 2002, 102). Puskaradiossa on toki riskinsä. Viesti kiertää vapaasti henkilöstön keskuudessa, joten sen totuudenmukaisuudesta ei voi olla täysin varma. Viestin sanoma saattaa vääristyä, mikäli se kulkee monen henkilön kautta. Tämän lisäksi viesti saattaa alun perinkin sisältää valheellisia seikkoja.

3.5.2 Kirjallinen viestintä

Tiedotteet ja ilmoitustaulut saattavat tuntua hieman vanhanaikaisilta, mutta sähköinen viestintä kuten intranet, ei voi korvata näitä kanavia ennen kuin koko työyhteisön jäsenillä on pääsy intranetiin (Juholin 1999, 148). Jos kuvitellaan esimerkiksi varastoa, jossa työskentelee satoja työntekijöitä, painetut tiedotteet on erinomainen keino jakaa informaatiota. Vaihtoehtoisesti työntekijöillä voisi olla pääsy intranetiin, esimerkiksi taukotiloihin sijoitetut tietokoneet, mutta tiedon jakelu hidastuu, jos se hoituu muutaman ruudun kautta.

Tiedotteen idea on usein täydentää kasvokkaisviestinnän sanomaa. Tiedote toimii yksin sanoman jakajana silloin, kun ollaan aivan varmoja, että sanoman alkuperäinen tarkoitus välittyy täydellisenä vastaanottajalle (Juholin 1999, 149). Toisin sanoen viestin on oltava selkolukuihin ja yksiselitteinen.

Kirjallisella viestinnällä on perinteisten sisäisten tiedotteiden ja ilmoitustaulujen lisäksi monia muita muotoja. Henkilöstölle kotiin lähetettävät kirjeet ja henkilöstölehdet ovat oiva esimerkki muista käytetyistä kanavista. Henkilöstölehti on yleensä 4-6 kertaa vuodessa painettava julkaisu, joten se ei voi toimia ensisijaisena tietolähteenä. Tämän kaltaisen lähteen idea voi olla esimerkiksi tulevia muutoksia pohjustava tiedote. Lehti voi tarjota pohjatietoa tulevasta ja kerrata menneitä tapahtumia. (Juholin 1999, 150.)

3.5.3 Sähköinen viestintä

Intranet saattaa hyvinkin olla yksi tunnetuimmista sähköisen viestinnän kanavista. Intranetin toimintaperiaate on sama kuin internetillä, mutta sitä pääsee selaamaan vain yrityksen omaan lähiverkkoon yhdistetyllä tietokoneella. Kyseisen kanavan suurimpia etuja on sen nopeus, tiedotteet ja viestit voidaan julkaista suoraan henkilöstön päätteille. Tämän kaltaisessa sähköisessä tiedotteessa on kuitenkin pidettävä mielessä samat seikat kuin kirjallisessa tiedotteessa. Viestin on oltava muotoiltu selkolukaiseksi, jotta sanoma välittyy vastaanottajalle halutulla tavalla. (Juholin 1999, 152.)

Intranetin laajempi versio on nimeltään extranet. Eroja intranetiin kyseisessä viestinnän kanavassa on sivustolle sallitut käyttäjät, jotka ulottuvat yrityksen sisäisen verkon ulkopuolelle. Extranetiin sallitaan pääsy sitä tarvitseville tahoille. Extranetin sisältämät tiedot ovat usein hieman rajoitettuja, koska intranet sisältää paljon sellaisia yrityksen sisäisiä tiedotteita, joita ulkopuoliset tahot harvoin tarvitsevat.

Puhelin- ja sähköpostiliikenne kuuluvat myös yleisimmin käytettyihin sähköisen viestinnän kanaviin. Sähköposti on nopea ja helppo keino viestimiseen ja keskusteluun mikäli se on koko henkilöstön käytettävissä. Sähköpostin etuina on muun muassa mahdollisuus liitteiden käyttöön, valmiit ryhmät viestin jakelua varten sekä tärkeiden tiedotteiden arkistointi ja lajittelu. Puhelin on hyvä valinta viestintään kun vastauksia halutaan välittömästi. Sähköpostiin vastausta voi joutua odottamaan pidempään, mikäli työ vaatii poistumaan tietokoneen ääreltä ajoittain. (Juholin 1999, 155 - 158.)

Organisaatiolla voi olla käytössään erilaisia informaatiotelevisiojärjestelmiä. Tarkoin sijoitetut monitorit toistavat ajastettuja viestejä määrättyssä järjestyksessä. Tämän kaltaisessa viestinnässä on suunniteltava tarkoin viestien sisältö ja kierto näytöllä. Viestin sanoman on oltava selkeästi esillä, koska ei ole toivottua, että viestin vastaanottaja joutuu jäämään odottamaan informaatiota pitkäksi aikaa.

4 Tutkimusmenetelmät

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä on pätevä silloin, kun tutkija etsii vastauksia kysymyksiin ”Kuinka paljon?”, ”Kuinka usein?” sekä ”Kuinka monta?”. Määrälliselle tutkimukselle keskeisiä piirteitä ovat muun muassa johtopäätökset aiemmista tutkimuksista, aiemmat teoriat sekä hypoteesien esittäminen (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 130 - 131).

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän on tarkoitus tuottaa laatua ja asian merkitystä kuvaavia vastauksia. Kyseisellä menetelmällä on tutkittava aihetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Laadullisella menetelmällä on tarkoitus löytää ja paljastaa tosiasioita, eikä todentaa jo olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi ym. 2005, 151 - 152.)

Tässä opinnäytetyössä hyödynnetään molempia edellä mainittuja tutkimusmenetelmiä, mutta pääasiallisena menetelmänä toimii laadullisen tutkimusmenetelmä lähestymistapana tunnettu case-tutkimus eli tapaustutkimus. Tutkimuksessani haen vastauksia, joihin ei etsitä määrällisiä vastauksia. Olen tutkimuksessani kiinnostunut kehityshankkeen tuomista laadullisista muutoksista Yritys Oy:n sisäisen viestintään.

Aineistonkeruu toteutetaan järjestämällä survey-tutkimus, joka on määrälliselle tutkimukselle omainen menetelmä. Tutkimus koostuu kyselylomakkeesta, jonka otantaan pyrin saamaan henkilöstöä Yritys Oy:n tuotannon kaikilta eri osastoilta, eli uudistuvan viestintäkanavan vaikutusalueella työskentelevät henkilöstön jäsenet.

4.1 Case- eli tapaustutkimus

Tapaustutkimus oli mielestäni sopivin valinta tähän opinnäytetyöhön, koska tutkimuksessa keskitytään yhteen monista sisäisen viestinnän kanavista. Valintaan vaikutti myös se, että tähän opinnäytetyöhön liittyvä tutkimus toteutetaan laadullisista näkökulmista, mutta tiedonkeruu toteutetaan survey-tutkimuksena, joka on määrälliselle tutkimukselle omainen aineistonkeruumetodi. Tapaustutkimus on usein laajempi kuin perinteinen laadullinen tutkimus, jolloin survey-tutkimus tiedonkeruuseen sopii paremmin, kuin esimerkiksi haastattelut. (Kananen 2013, 28.)

Tapaustutkimus on siis lähestymistapa, jossa on piirteitä laadullisesta ja määrällisestä tutkimuksesta (Kananen 2013, 36). Kyseisen lähestymistavan on tarkoitus tutkia ajankohtaista ilmiötä sen luonnollisessa ympäristössä ja tuottaa syvälinen ja rikas kuvaus tästä ilmiöstä (Kananen 2013, 54).

4.2 Validiteetti

Validiteetti (validity) tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä. Tutkimus on validi, mikäli tutkija onnistuu tutkimaan tutkimuksen alkuperäistä kohdetta. Tutkimuksen validiteetti saattaa helposti kärsiä, jos tutkimukseen osallistuva henkilö ei täysin ymmärrä, mitä tutkija yrittää todellisuudessa kysyä. Täten tuloksissa voi olla vääristymiä, kun tutkija analysoi tätä tietoa kuvitellen sen pohjautuvan hänen kysymyksensä alkuperäiseen merkitykseen. (Hirsjärvi ym. 2005, 216 - 217.)

Tämän opinnäytetyön validiteetti pohjautuu henkilöstötutkimuksen selkeyteen sekä vastaajien kykyyn tulkita kysymyksistä sen alkuperäinen merkitys. En kuitenkaan usko, että tutkimuksen validiteetti on vaakalaudalla muutaman väärin tulkitun kysymyksen vuoksi, mikäli henkilöstötutkimuksen otanta on riittävän suuri. Kyselyä laadittaessa on siis käytettävä harkintaa, jotta saadaan mahdollisimman pätevä tutkimustulos.

4.3 Reliabiliteetti

Tutkimuksen reliabiliteetti (reliability) määräytyy sen tulosten toistettavuuden avulla. Tutkimusta voidaan siis sanoa reliabiliseksi, mikäli useat tutkijat päätyvät samankaltaisiin tuloksiin. (Hirsjärvi ym. 2005, 216.)

Uskon tämän tutkimuksen olevan helposti toistettavissa samankaltaisin tuloksin, mikäli henkilöstötutkimuksen otantaan saadaan edes jossain määrin samat henkilöstön jäsenet. Jos ensimmäiseen tutkimukseen osallistuu esimerkiksi kaksikymmentä prosenttia Yritys Oy:n henkilöstöstä ja seuraavaan tutkimukseen osallistuisi täysin eroavat kaksikymmentä prosenttia henkilöstöstä, on oletettavaa, ettei samaa tulosta saada aikaan. Aika on myös toinen tekijä, joka saattaa vahingoittaa tämän tutkimuksen reliabiliteettia. Jos tutkimus toistetaan viiden vuoden kuluttua, on mahdollista, että uusi viestintäjärjestelmä on kerännyt huomasti lisää suosiota. Sen hetkinen tilanne voi myös olla täysin päinvastainen, jolloin kyseinen viestintäkanava on menettänyt kaiken uskottavuuden.

5 Yritys Oy

Yritys Oy on suuri valikoima-, hankinta- ja logistiikkapalveluyhtiö, jonka henkilöstöön kuuluu noin 550 työntekijää. Tuotevalikoima koostuu tuhansista tuotteista joka pitää sisällään vähittäiskauppa- ja suurtilousvalikoimat. Tavarantoimittajiin kuuluu noin 800 kotimaista ja noin 850 ulkomaista yritystä.

Yrityksen toimitusketjut kattavat koko Suomen ja myös Venäjältä ja Baltian maista löytyy muutamia asiakkaita. Varastotoiminnot toimivat kaikki saman katon alla. Yrityksen päätoimipiste sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Yrityksellä on useita maakuntaterminaaleja ympäri Suomea.

Yritys palvelee päivittäin tuhatta päivittäistavarakauppaa ja viittä tuhatta suurkeittiöasiakasta. Yrityksen laitureista lähtee matkaan useita kymmeniä, lähes sata kuorma- tai rekka-autoa päivittäin.

5.1 Yritys Oy ja sisäinen viestintä

Yrityksen kaltaisessa isossa yrityksessä sisäinen viestintä on todella merkittävässä roolissa. Tieto on saatava toimitettua työntekijöille ajallaan ja tätä varten on valittava käyttöön viestinnän kanavat, jotka tekevät tästä mahdollista. Yrityksessä on useita eri osastoja ja myös osastojen välisen viestinnän on oltava sujuvaa.

Yrityksen sisäisessä viestinnässä hyödynnetään monia kanavia eri viestinnän kategorioista. Viestinnän laatu on jatkuvan tarkkailun ja kehityksen alla. Kanavia kehitetään tarpeen mukaan ja uusia innovaatioita löytyy jatkuvasti.

5.1.1 Kasvokkaisviestinnän kanavat

Yrityksessä on tapana pitää joka aamu palaveri, johon osallistuu jokaisen osaston paikalla oleva esimies tai työnjohtaja. Tämä on mielestäni oiva keino pitää osastojen välinen viestintä mutkattomana ja kaikki pääsevät tuomaan asiansa esille yhteisesti. Palaverissa käydään läpi seuraavat asiat: edellisen päivän tapahtumat, tulevan päivän kooste sekä muut erityistä huomiota vaativat poikkeustilanteet ja tapahtumat.

Osastoittain järjestetään viikkopalavereita, joihin osallistuu kaikki paikalla olevat työntekijät. Viikkopalaverin vetäjänä toimii aina kyseisen osaston työnjohtaja. Aiheena on positiivisen sekä negatiivisen palautteen antaminen yleisellä tasolla, sekä tavallisesta poikkeavan toiminnan läpi käyminen ja ohjeistaminen.

Työntekijät osallistuvat kerran vuodessa esimiesalais-keskusteluun, jossa työntekijä sekä esimies saavat ajan kanssa käydä asioita läpi. Näissä keskusteluissa työntekijän on helppo ottaa itseään mietityttävät sekä mieltä painavat asiat esiin. Keskustelut ovat Yrityksessä suhteellisen uusi viestinnän kanava. Ensimmäiset keskustelut koko henkilöstön laajuisesti käytiin vuonna 2011.

Yrityksessä järjestetään myös muutaman kerran vuodessa hieman suurempia infotilaisuuksia ja palavereita. Näihin kuuluu kerran vuodessa järjestettävä toimitusjohtajan vetämä infotilaisuus, johon kaikki Yrityksen työntekijät ovat tervetulleita. Toinen suuremman mittakaavan tapahtuma on neljännesvuosipalaveri, joka pidetään nimensä mukaisesti neljä kertaa vuodessa. Neljännesvuosipalaveri järjestetään osastokohtaisesti ja ajankohta valitaan siten, että kaikki pääsevät osallistumaan.

Yllä mainittujen virallisten viestintäkanavien lisäksi on myös monia epävirallisia kanavia, jotka vaativat henkilökohtaista kanssakäymistä. Näistä yleisimpiä muotoja ovat käytäväkeskuste-

lut, ruokailuryhmät, puskaradiot sekä tupakkapiirit. Epäviralliset viestikanavat ovat luonnollisesti vapaamuotoisia ja viestintä on vapaata kanssakäymistä omien työtovereiden sekä esimiesten ja alaisten välistä. Omakohtaisista kokemuksista olen huomannut, että epävirallisia kanavia pitkin on helppo tuoda mieltä painavat asiat oman esimiehen tietoon.

5.1.2 Sähköisen viestinnän kanavat

Intranetissä julkaistaan yrityksen sisäisiä uutisia sekä ajankohtaisia ilmoituksia, kuten avoimia työpaikkoja. Intranet on pääsääntöisesti toimihenkilöiden käytössä, koska heillä on välitön pääsy intranetiin omalta työpisteeltä. Toki myös osa varastotyöntekijöistä käyttää intranetiä, joidenkin työ vaatii tietokoneen käyttöä ja taukotiloista löytyy muutamia julkisessa käytössä olevia tietokoneita.

Intranetin lisäksi yrityksellä on käytössä myös extranet. Tämän kanavan avulla mahdollistetaan viestintä yrityksen päätoimitilojen sekä maakuntaterminaalien ja asiakasomistajien välisen kanssakäymisen. Kyseistä kanavaa käytetään muun muassa tuotannon häiriöiden ilmoittamisessa sekä yrityksen omaa henkilöstöä laajempaa tiedottamista vaativissa asioissa. Esimerkkinä jonkin tuotteen takaisinvento on mahdollista tiedottaa extranetiä hyödyntäen.

Sähköposti- ja puhelinviestintä ovat osoittautuneet todella käytännöllisiksi suurehkon toimitilan vuoksi. Tämä viestinnän keino on pääpainossa toimihenkilöiden välillä, koska kaikilla toimihenkilöillä on henkilökohtainen puhelin ja sähköpostiosoite. Toki tähänkin löytyy muutamia poikkeuksia varastotyöntekijöiden joukosta. Sähköposti- ja puhelinviestintä ovat myös pääsääntöiset viestintäkeinot yrityksen toimitilojen ja maakuntaterminaalien välillä.

Yrityksellä on käytössä verkkoasema nimeltään ”Yhteiset”, joka tunnetaan monessa organisaatiossa termillä y-asema. Verkkoasema on tehokas keino hallita ja jakaa yhteiseen käyttöön tarkoitettuja tiedostoja. Kyseinen asema on ollut pitkään käytössä ja sinne on ajan myötä kertynyt todella paljon tiedostoja.

Yrityksessä uusittiin hiljattain Intranet ja se mahdollistaa y-aseman kaltaisen tiedostojen jakamisen. Intranetissä on monen pilvipalvelun (cloud service) kaltainen tiedostojen hallintamahdollisuus. Yrityksen toive olisi saada kaikki yhteiset tiedostot tallennettua intranetin pilvipalveluun. Tiedostojen käyttäminen intranetin kautta on kieltämättä hieman monimutkaisempaa kuin perinteisen y-aseman, mutta työntekijöitä kannustetaan käyttämään uutta pilvipalvelua, koska yrityksellä on tavoitteena luopua y-aseman käytöstä. Erityisesti vanhemmat työntekijät ovat Intranetin käyttöä vastaan.

Vanha informaationäyttöjärjestelmä oli pitkän ajan pois käytöstä ennen uuden järjestelmän käyttöönottoa. Monitorit olivat sijoitettu tuotannon tilojen taukotiloihin ja sisältö oli jokaisella osastolla identtinen. Näytöillä esitetty informaatiokokonaisuus pysyi lähes samana ja sisältö koostui pääasiassa yrityksen tunnuslauseista sekä arvoista. Varsinaista viestintää työntekijöille ei siis ollut, joten tämä kanava koettiin helposti työntekijöiden keskuudessa hyvinkin turhaksi.

5.1.3 Kirjallisen viestinnän kanavat

Taukotilojen lähettyviltä löytyy ilmoitustauluja, jotka ovat varastotyöntekijöiden keskuudessa käytössä. Ilmoitustauluilta löytyvä sisältö on hyvin pitkälti peräisin Intranetistä, koska varastotyöntekijöiden keskuudessa Intranetin käyttö on melko vähäistä. Ilmoitustauluilta löytyy muuan muassa työpaikkailmoituksia, yrityksen tiloissa toimivia palveluiden mainoksia, kiireellisiä tiedotteita, virkistystoiminnan tiedotteita sekä monia muita varastotyöntekijöitä koskettavia aiheita.

Yrityksellä on myös oma lehti, joka jaetaan koko henkilöstölle kotiin neljä kertaa vuodessa. Lehti sisältää muuan muassa nimitys uutisia, työntekijähaastatteluita, tulevia hankkeita sekä paljon muuta.

5.2 Sisäisen viestinnän nykytila

Yrityksessä järjestetään vuosittain laaja henkilöstötutkimus. Kysely pitää sisällään sisäisen viestinnän ja tiedonkulun osion, joten viestinnän nykytilaa tarkkaillaan ja mitataan säännöllisesti. Henkilöstöä usein kannustetaan vastaamaan kyselyyn arpomalla vastaajien kesken palkintoja. Kyselyyn on mahdollista vastata joko verkkolomakkeella tai paperilomakkeella.

Sisäinen viestintä ja tiedottaminen ovat mielestäni hyvällä tasolla. Työskentelen itse toimihenkilönä, joten minulla on vapaa pääsy intranetiin omalta työpisteeltäni. Täten pääsen lukemaan uusimmat sähköiset tiedotteet välittömästi. Yrityksen käytössä olevat viestintäkanavat ovat aktiivisessa käytössä ja koen saavani tarvitsemani tiedot niitä pitkin.

Tiedon saanti on myös viestin vastaanottajastakin riippuva seikka. Henkilöt, jotka haluavat saada tietoa, saavat sitä, vaikkakin joutuvat hieman näkemään vaivaa. On myös niitä, jotka eivät ole kiinnostuneita muista kuin heidän omaan työhön liittyvistä tiedotteista.

5.2.1 Henkilöstötutkimustulokset vuosilta 2010 - 2013

Pyysin Yritys Oy:n henkilöstöhallinnasta tätä opinnäytetyötä varten käyttööni aikaisempien vuosien henkilöstötutkimuksien tuloksia. Sain käyttööni sisäiseen viestintään liittyvät osiot vuosilta 2010, 2011, 2012 ja 2013.

Vastaajia eri vuosina on ollut vähintään 285 kappaletta ja enintään 326 kappaletta. Kyseessä on siis laaja henkilöstötutkimus ja sisäisen viestinnän osio koostuu neljästä kysymyksestä; ”1. Tieto kulkee hyvin oman osastoni sisällä”, ”2. Eri osastojen välinen yhteistyö sujuu hyvin”, ”3. Minulla on käsitys yhtiön vuosittaisista tavoitteista ja saan säännöllisesti tietoa yhtiön menestymisestä” ja ”4. Yritys Oy:n sisäinen viestintä kattaa informaatiotarpeeni (Intranet, varaston näytöt, ilmoitustaulut, osasto- ym. palaverit, TJ-Infot ja osavuositarkastukset jne.)”.

Arviointiasteikko on 1 - 5 ja paras keskiarvo on vuodelta 2012, jolloin neljän kysymyksen keskiarvo oli 3,61. Vuosina 2010 vastaava lukema oli 3,19 ja 2011 keskiarvo oli 3,49. Vuonna 2013 keskiarvo oli hieman laskenut edellisestä vuodesta, kun se oli 3,52. Tulokset on esitetty taulukossa 1.

Vuosi	Keskiarvo
2010	3,19
2011	3,49
2012	3,61
2013	3,52

Taulukko 1: Henkilöstötutkimustulokset

5.2.2 Johtopäätökset viestinnän nykytilasta

Yritys Oy tarkkailee viestinnän laatutasoa säännöllisesti ja pyrkii kehittämään viestintää jatkuvasti. Viestinnän kanavia kehitetään tarvittaessa, jotta ne täyttävät niille asetetut tavoitteet myös tulevaisuudessa.

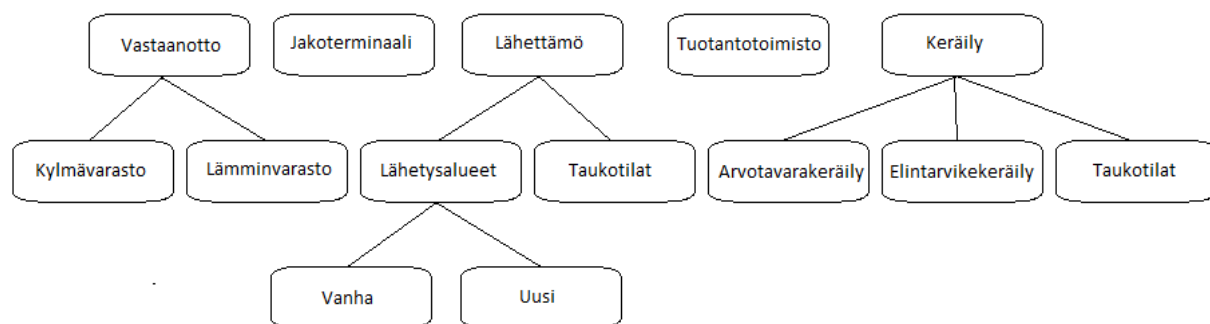
Viestintä on yleisesti ottaen melko hyvällä tasolla ja henkilöstö kokee saavansa tarpeeksi informaatiota organisaation viestintäkanavia pitkin. Edellä mainituista neljästä kysymyksestä huonoimman tuloksen on aina saanut osastojen välinen yhteistyö. Tältä saralta löytyy selvästi kehitettävää. Omakohtaisista kokemuksista olen samalla kannalla, että kyseinen aihe on aina ollut Yritys Oy:n yksi sisäisen viestinnän heikoimmista lenkeistä. Päivittäisen aamupalaverin johdosta viestintä osastojen esimiesten välillä on sujuvaa. Yrityksen puskaradio taas toimii usein vain osastokohtaisesti, harvoin viestit kulkeutuvat osastojen välisten ”muurien” yli.

Mielestäni avaintekijä viestinnän kehittämiseen tällä hetkellä löytyy esimiehistä. Esimiehet voivat vaikuttaa oman osaston informoinnin lisäksi siihen, miten mahdollisesti muita osastoja koskevat aiheet tuodaan heidän esimiesten tietoisuuteen. Muut esimiehet jatkavat viestintää omalle henkilöstölle ja tarvittaessa myös seuraaville esimiehille. Tämän kaltainen panostus voisi parantaa viestinnän tuloksia tulevilla henkilöstötutkimuksissa.

6 Informaationäyttökanavan kehitysprojekti

Uuden informaationäyttöjärjestelmän suunnittelu aloitettiin, kun huomattiin, ettei nykyinen järjestelmä enää palvele käyttötarpeita. Tulevan järjestelmän on tarkoitus hyödyntää kohdennettua viestintää. Tämä tarkoittaa käytännössä, että osastot kategorisoidaan ryhmiin ja tarvittaessa jopa aliryhmiin. Jokaiselle näyttöryhmälle suunnitellaan oma informaatiokokonaisuus, jotta saadaan karsittua niin sanotusti ylimääräinen sekä tarpeeton viestintä kohderyhmältä pois.

Kaaviossa 1 esitetään, miten näyttöryhmät kategorisoidaan. Osastot ovat ylimmällä rivillä ja ensimmäinen alaryhmä sijaitsee toisella rivillä ja toinen alaryhmä on kolmannella rivillä. Varsinaisia näyttöryhmiä eli toisistaan poikkeavia informaatiokokonaisuuksia luodaan täten kymmenen kappaletta.



Kaavio 1: Informaationäyttöjen hierarkia

Jakotermiinaali ja Tuotantotoimisto pitävät sisällään vain yhden näyttöryhmän, joka koostuu yhdestä tai useammasta monitorista. Lähettämöön halutaan useampi näyttöryhmä, joten se on jaettu alaryhmiin "Lähetysalue" ja "Taukotilat". Lähetys- eli ovaluilla työskentelee Yrityksen oman henkilökunnan lisäksi kuljettajia, joille halutaan myös esittää valittuja tietoja. Lähetysalueet on kategorisoitu vielä kahteen alaryhmään niiden sijaintien vuoksi. Kuviossa ne on nimetty "Vanha" ja "Uusi", koska toinen lähetysalue sijaitsee varaston uusimmassa osiossa. Taukotiloissa on tarve hieman erilaiselle viestinnälle, joten se on järkevintä luoda omaksi informaatiokokonaisuudeksi. Keräily on jaettu kolmeen alaryhmään, koska varsinainen keräily voidaan jaotella kahteen ryhmään, arvotavarakeräilyyn ja elintarvikekeräilyyn. Keräilyn lisäksi

si on tarvetta myös erilliselle taukotiloissa sijaitsevalle näyttöryhmälle. Vastaanotto on myös jaettu kahteen kategoriaan, koska osastolla on kaksi eri sijaintia. Toinen osio sijaitsee varaston lämpimällä osuudella ja toinen kylmällä osuudella.

Uuden järjestelmän avulla viestintä on mahdollista kohdentaa halutulle ajanjaksolle. Esimerkiksi tietty sisältö voidaan näyttää joka päivä vain kello 14:00 ja 22:00 välillä. Kyseisen ominaisuuden avulla voidaan viestinnän kohdentaminen tarvittaessa kääntää osittain vuorokoh- taiseksi. Viestien aikatauluttamisella vältetään myös se, että vanhat viestit eivät jää roikku- maan järjestelmään, mikäli niihin määritetään esityspäivämäärät.

Kehityshanke esitettiin Yritys Oy:n johtoryhmälle vuonna 2013, mutta sitä ei heti hyväksytty budjetoinnin takia. Hanke esitettiin uudemman kerran vuoden 2014 alkupuolella ja sillä ker- taa projekti sai hyväksynnän. Tämän jälkeen projektiryhmä saatiin kokoon nopeasti ja valmis- telut päästiin aloittamaan.

6.1 Vanha informaationäyttöjärjestelmä

Edellinen informaationäyttöjärjestelmä otettiin käyttöön vuonna 2009. Järjestelmä ei mieles- täni täyttänyt alkuunkaan sen tarkoitusta. Näytöillä esitettävän sisällön päivittäminen oli melko hankalaa, eikä päivittämisen vastuujako ollut riittävän selkeä. Edellä mainittujen syi- den johdosta kanavan käyttö jäi todella vähäiseksi ja tämän takia kanavan informatiivisuus ei vastannut sille asetettuja odotuksia.

Järjestelmä oli sijoitettu yrityksen tuotannon tiloihin ja näytöt sijaitsivat kolmen eri osaston taukotiloissa. Kyseiset osastot olivat keräily, lähettämö ja vastaanotto. Viestinnän kohderyh- mään kuului ensisijaisesti Yrityksen varastotyöntekijät. Järjestelmä koostui taukotilojen sei- nälle asennetuista näytöistä ja niitä pyörittävistä tietokoneista. Koneita hallittiin paikallises- ti, joka hankaloitti sisällön muokkaamista ja päivittämistä. Viestinnän ylläpitotehtävät olivat yleensä vain yhden henkilön vastuulla.

Työskentelin itse kyseisenä ajankohtana Yritys Oy:n lähettämössä varastotyöntekijänä, joten kuuluin kyseisen viestintäkanavan kohderyhmään. Omalla osastollani näytöille esitetty sisältö ei juurikaan muuttunut, muutamaa yksittäistä tiedotetta lukuun ottamatta. Kyseinen osasto oli melko pieni, joten viikkopalaverit ja ilmoitustaulut riittivät kattamaan osaston sisäisen viestinnän tarpeet. Järjestelmän käyttöönoton yhteydessä näytöille asetettiin pyörimään dia- esitys, jota melkein poikkeuksetta esitettiin sellaisenaan aina järjestelmän lakkauttamiseen saakka.

Keräily on osastoista suurin, joten siellä on luonnollisesti myös suurin viestinnän tarve. Kyseisen näytön sisältöä päivitettiin kohtalaisen hyvin, joten viestintäkanavaa ei otettu käyttöön aivan turhaan. Mutta kuten mainitsin aiemmin, ylläpito oli työlästä ja vastaava henkilö ei ollut viestintäalan ammattilainen, joten viestintä järjestelmän avulla ei koskaan täyttänyt sille asetettuja vaatimuksia.

Mikäli koneita olisi pystynyt hallitsemaan etäkäytön avulla ja ylläpidosta olisi vastanneet viestinnän ammattilaiset, olisi koko järjestelmä saattanut olla hyödyllisempi ja informatiivisempi. Järjestelmään ei myöskään panostettu suunnitteluvaiheessa tarpeeksi. Järjestelmä toimi diaesitys-tyylisesti, eikä tukenut monia mediaelementtejä. Tästä syystä sisällön suunnittelussa ei saanut juurikaan käyttää muuta, kuin kuvia ja tekstiä. Tarkoituksen mukainen ohjelmisto olisi todennäköisesti ratkaissut joitakin käytettävyyden ongelmia ja sisältö olisi voinut olla paljon monipuolisempaa. Parhaassa tapauksessa tämä olisi voinut motivoida kehittämään uutta sisältöä.

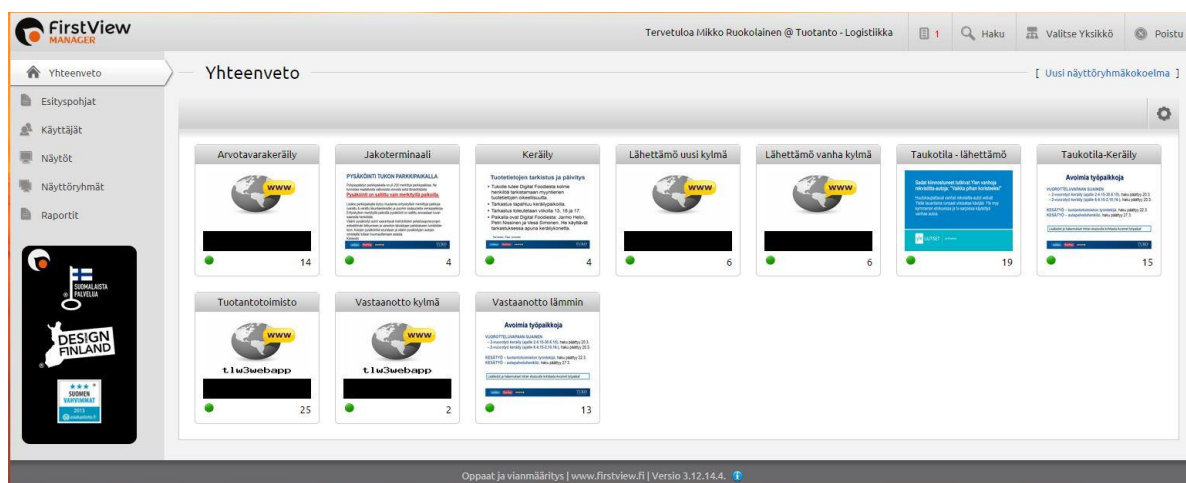
6.2 Uusi järjestelmä

Uusi informaationäyttöjärjestelmä on huima edistysaskel sisäisen viestinnän kehityksessä. Laitteisto ja käyttöjärjestelmä on suunniteltu juuri tämän kaltaiseen toimintaan, joten viestintää on mahdollista monipuolistaa. Järjestelmä tukee yleisimpiä multimediaelementtejä, joten tästä syystä jatkossa ei tarvitse tyytyä pelkään tekstiin ja kuvaan. Mukaan on mahdollista tuoda esimerkiksi raportteja, yrityksen omia mittareita, animaatioita, videoita, internet-sivuja sekä RSS-syötteitä (Really Simple Syndication).

Järjestelmä hankittiin yritykseltä nimeltä FirstView, koska Yritys Oy:llä ei ollut tarpeellisia laitteita eikä osaamista halutun järjestelmän rakentamiseen. Kyseinen yritys toimitti kaiken tarvittavan, joka piti sisällään monitorit sekä toistoon tarvittavat oheislaitteet ja itse viestintäjärjestelmän.

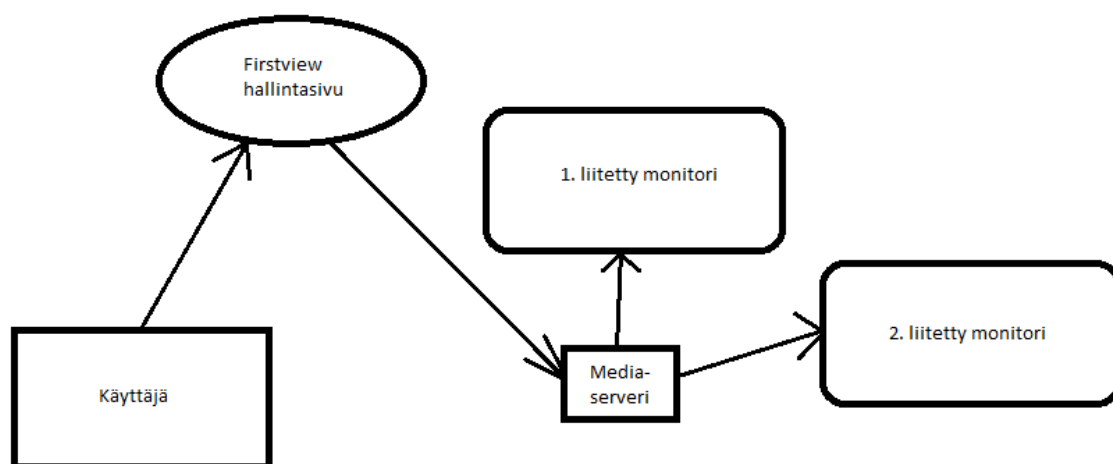
6.3 Järjestelmän toimintamalli

Järjestelmän toimii pilvipalveluna, joten järjestelmän toiminta on täysin FirstViewin vastuulla. Informaationäyttöjärjestelmää hallitaan internetsivuilla sijaitsevan käyttöliittymän avulla. Kuvassa 1 esitetään järjestelmän hallintasivu, jossa on näkymä kaikista näyttöryhmistä. Tiedote julkaistaan verkossa ja hetken kuluttua se latautuu näytölle siihen liitetyn mediaserverin (media server) kautta. Viivettä julkaisun ja näytölle ilmestymisen välillä on noin kymmenen minuuttia.



Kuva 1: Informaationäyttöjärjestelmän hallintasivu

Kaaviossa 2 on havainnollistettu uuden median julkaisun vaiheet. Päivityksen tekevä käyttäjä kirjautuu järjestelmän hallintasivuille, josta valitaan haluttu media julkaistavaksi yhden tai useamman näyttöryhmän alle. Kun julkaisu on vahvistettu, se latautuu mediaserverille, jota kautta se esitetään monitoreilla.



Kaavio 2: Tiedotteen siirtyminen monitoreille

Monitoreja on yhteensä 15 kappaletta. Yksitoista on kytketty siten, että jokaisella monitorilla on oma mediaserveri. Näillä yhdellätoista monitorilla voidaan siis näyttää samanaikaisesti eri sisältö, mikäli niin tahdotaan. Loput neljä on kytketty kaavion 2 mukaisesti, kaksi monitoria yhtä mediaserveriä kohden. Edellä mainittu kytkentä pakottaa molemmat monitorit toistamaan identtistä näkymää. Kyseiset näyttöparit on sijoitettu kahden osaston taukotiloihin. Varaston puolella sijaitsevat monitorit on järkevintä liittää aina omaan mediaserveriin, jotta ne voidaan tarvittaessa siirtää näyttöryhmästä toiseen.

6.4 Projektin vaiheet

Kehityshanke sai hyväksynnän yrityksen johtoryhmältä vuoden 2014 helmikuussa. Pian hyväksytyn päätöksen jälkeen projektiryhmä piti ensimmäisen istunnon, jonka tavoitteena oli esitellä kehityshanke sekä etenemissuunnitelma ryhmän jäsenille. Kyseisessä palaverissa esiteltiin osallistujien tulevat vastualueet, jotta valmistelut saataisiin aluilleen.

Projektiryhmä koostui Yritys Oy:n logistiikan, sovelluspalveluiden sekä henkilöstöhallinnon jäsenistä. Yhteensä ryhmään kuului kahdeksan henkeä. Informaationäyttöjärjestelmä sijoitetaan tuotannon tiloihin ja varaston palvelut sisältyvät logistiikkaan. Täten logistiikan puolelta löytyy oikeat henkilöt selvittämään todelliset viestinnän tarpeet. Sovelluspalvelut vastaavat tässä projektissa tietoteknisistä ongelmista sekä näytöillä esitettävien raporttien ja mittareiden luomisesta. Henkilöstöhallinnon vastuulla on kehittää näytöille sisältöä raporttien ja mittareiden lisäksi.

6.4.1 Projektin alku

Näytöillä esitettävä sisältö oli hahmoteltu ennen kehityshankkeen hyväksyntää, jotta hankkeen merkitys pystyttiin esittelemään hyväksyntää myöntäville tahoille. Hyväksytyn päätöksen jälkeen yksi ensimmäisistä vaiheista projektissa oli esitettävän sisällön rakentaminen. Tässä vaiheessa suurin osa suunnitellusta sisällöstä pohjautui yrityksen tietokannoista haettavaan tietoon, ja näistä tiedoista muodostettavista raporteista sekä mittareista. Yksi ensimmäisistä vaiheista oli siis tietokantakyselyjen, eli SQL-kielisten (Structured Query Language) kyselyjen rakentamista, sekä raporttien määrittämistä. Edellä mainittujen vaiheiden toteutus jäi logistiikan henkilöiden vastuulle. Valmiit kyselyt ja raporttimäärittelyt toimitettiin sovelluspalveluihin, jossa näistä muodostettiin tarvittavat raportit ja mittarit.

Toinen alkuvaiheen tehtävä oli sopivan järjestelmän löytäminen ja järjestelmätoimittajien kilpailuttaminen. Kyseinen tehtävä annettiin sovelluspalveluiden henkilöille. Kilpailutetuista järjestelmätoimittajista valittiin yritys nimeltään Firstview. Kyseinen yrityksen viestintäjärjestelmä toimii pilvipalveluna, eli järjestelmä toimii kokonaisuudessaan verkossa. Tämän johdosta Yritys Oy:n tiloihin ei ole tarvetta asentaa monia informaationäyttöjä kontrolloivia hallintayksiköitä. Ainoastaan monitori sekä siihen liitetty mediaserveri riittävät.

6.4.2 Projektin kulku

Järjestelmän toimittajan varmistuttua projektiryhmälle järjestettiin koulutus kyseiseen järjestelmän käyttöön. Koulutus järjestettiin Yritys Oy:n tiloissa. Tilaisuuden kesto oli noin kaksi

tuntia ja siellä käytiin läpi järjestelmän keskeisimmät ominaisuudet. Koulutettaville jaettiin myös kattava käyttöohje järjestelmän toimintaan ja käyttöön liittyen.

Projektin edetessä keskeisimpänä tehtävänä oli esitettävän sisällön kehittäminen. Löydetyistä viestintätarpeista oli luotu useita kymmeniä raporttimäärittelyjä. Kyseisiä raportteja sekä niihin toivottuja mittareita määritettiin sovelluspalveluiden henkilöstön toimesta. Muuta esitettävää sisältöä tuotettiin henkilöstöhallinnon toimesta.

Informaationäyttöjen ja mediaserverien asennus Yrityksen tuotannon tiloihin aloitettiin vuoden 2014 elokuussa. Tuotannon tiloihin asennetut näytöt suojattiin asentamalla ne suojakuorissa, jotta välttyttäisiin turhilta laiterikoilta. Taukotiloihin näytöt asennettiin ilman suojia, koska siellä hajoamisriski on niin paljon pienempi.

6.4.3 Testaus

Järjestelmän toimittaja luovutti järjestelmän käyttökoulutuksen jälkeen projektiryhmän käyttöön yhden mediaserverin, joka mahdollisti raporttien sekä testitiedotteiden näkymien hahmottelemisen monitorilta.

Projektiryhmän jäsenet kokoontuivat esittämään raportteja testimonitorilta sitä mukaa kun raportteja valmistui sovelluspalveluiden toimesta. Näin saatiin esitettävien tietojen näkymä sovitettua halutun laiseksi. Raporteista löytyi tämän kaltaisen testauksen avulla monia parannusta sekä muutosta vaativia seikkoja.

Laajempi järjestelmän testaus aloitettiin elokuussa, kun kaikki näytöt oli asennettu paikoilleen. Näytöille ajettiin parin viikon ajan testimateriaalia, jonka aikana saatiin korjattua viimeisetkin ongelmakohdat.

6.4.4 Käyttöönotto

Järjestelmä otettiin virallisesti käyttöön vuoden 2014 syyskuussa, jolloin kaikki luotu materiaali ladattiin järjestelmään oikeiden näyttöryhmien alle. Käyttöönotossa ei ilmennyt juurikaan ongelmia kattavan testausjakson takia. Käyttöönoton jälkeen on keskitytty olemassa olevien raporttien kehittämiseen, sekä jatkuvaan tiedotteiden luomiseen ja julkaisuun.

Järjestelmällä on tällä hetkellä lukuisia käyttäjiä, jotka yhdessä huolehtivat, että järjestelmässä julkaistaan aktiivisesti uusia tiedotteita. Yrityksessä on ajankohtaisena tavoitteena muodostaa selkeä vastuujako kyseisen viestintäjärjestelmän viestinnän kehittämiseen ja toteuttamiseen.

6.5 Osastottain kohdennettua viestintää uudella järjestelmällä

Kohdennettua viestintää hyödynnetään, jotta saadaan karsittua ylimääräinen viestintä pois osastotasolla. Mikäli pyrkimyksissä onnistutaan ja kyseisen viestintäkanavan kohderyhmä koee näytöille esitettävän informaation asiaankuuluvaksi, nousee henkilöstön arvostus kanavaa kohtaan. Muutosten ja uudistusten vieroksuminen on melko normaalia työyhteisössä. Tästäkin syystä on pyrittävä herättämään henkilöstön mielenkiinto kanavaa kohtaan.

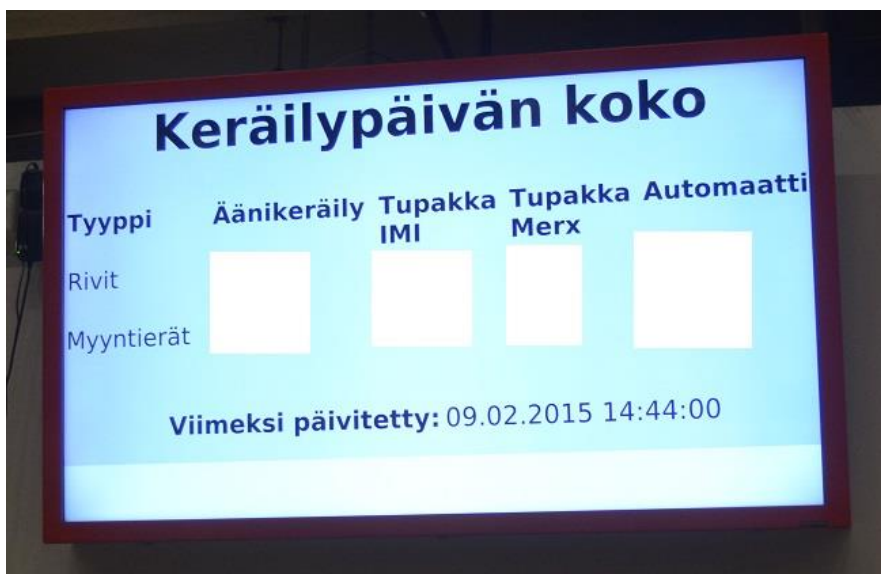
Viestintä kohdennetaan osastoittain, kuten aikaisemmin on mainittu. Pääryhmiä muodostuu siten viisi: keräily, lähettäminen, vastaanotto, tuotantotoimisto sekä jakotermiinaali. Pääryhmä on vielä tarvittaessa jaettu aliryhmiin. Pääryhmä tai mahdollinen aliryhmä on viestintäjärjestelmässä omana näyttöryhmänä, joka esittää sille ennalta määrättyä informaation sisältöä.

6.5.1 Keräily

Keräily on jaettu kolmeen aliryhmään: elintarvikekeräily, arvotavarakeräily ja taukotilat. Elintarvikekeräilyn parissa työskentelee suuri osa Yrityksen henkilöstöstä. Kyseiseen näyttöryhmään kuuluu kolme näyttöä, jotka on sijoitettu paikkoihin, joihin työntekijät joutuvat usein pysähtymään keräilyerien välissä. Arvotavarakeräilyn puolella on yksi näyttö, joka on hyvin esillä koko osastolle. Kyseessä on pinta-alaltaan paljon pienemmät tilat kuin elintarvikekeräilyn tuotannon tiloissa. Tuotannon tiloissa sijaitsevat näytöt on asetettu korkealle ja ne on myös asennettu suojakuoriin, jotta vältetään ylimääräisiltä laiterikoilta.

Taukotilan näyttöryhmään kuuluu kaksi näyttöä. Taukotilassa ollessaan työntekijöillä on paremmin aikaa lukea hieman pidempiä sanomia, joiden julkaisu tuotantotiloissa ei ole kannattavaa.

Kuvasta 2 on yrityksen pyynnöstä muokattu pois näkyvistä rivitiedot. Muistakin tämän osion kuvista on piilotettu yrityksen arkaluontoiset- sekä tunnistetiedot. Kuvassa 2 näkyy elintarvikekeräilyn tuotantotiloissa sijaitseva näyttö, joka kuvastaa keräilypäivän suuruutta. Näyttö on sijoitettu paikkaan, josta haetaan keräilyn aloitukseen vaaditut dokumentit ja varusteita. Tämän ansiosta näytöillä esitettävä materiaali tavoittaa nopeasti monet työntekijät.



Kuva 2: Näyttö elintarvikekeräilyn tiloissa

Kuvassa 3 esitetään elintarvikekeräilyn toinen näyttö, joka on sijoitettu toiseen keräyserien aloituspisteeseen. Arviolta puolet keräyseristä aloitetaan tästä pisteestä, joten kyseinen näyttö kerää myöskin reilusti katsojia päivän mittaan.



Kuva 3: Häiriöilmoitus tuotantoon liittyen

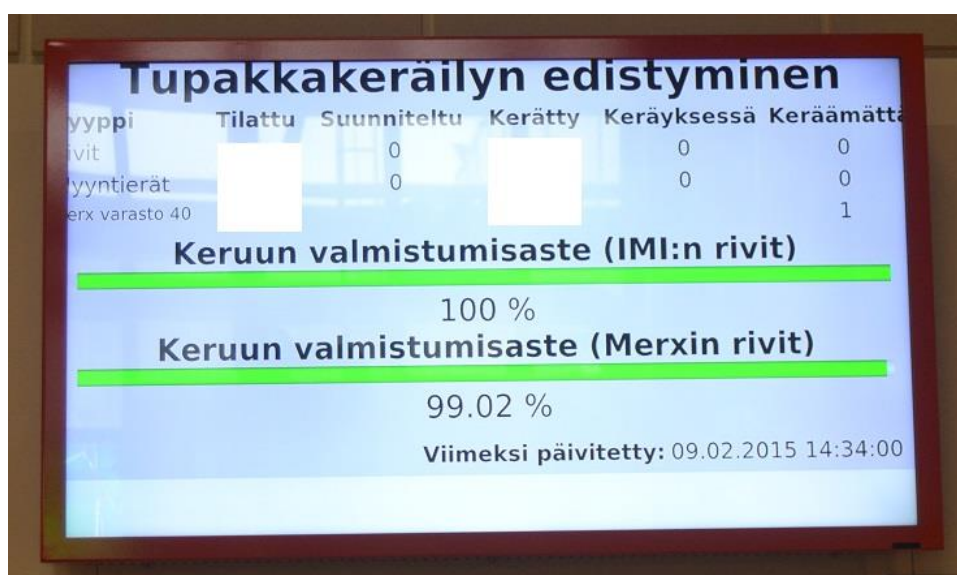
Elintarvikekeräilyn kolmas monitori on sen sijainnin vuoksi yhdistetty esittämään kahden näyttöryhmän sisältöä. Näytöllä näytetään elintarvikekeräilyn informaation lisäksi myös vastaanoton lämpimän varaston sisältö. Kyseiseen monitoriin palaan uudelleen vastaanoton osiossa.

Tuotannon tiloissa sijaitsevilla näytöillä pyritään esittämään informaatiota joka on omaksuttavissa nopeasti. Ei ole toivottavaa, että keräilijät pysähtyvät lukemaan tiedotteita kesken

keräyserien tai niiden välissä. Tavoitteena on esittää tuotannon tilaan liittyviä mittareita, kuten kuvassa 2 näkyvä ”Päivän koko”-raportti.

Kyseinen näyttöryhmä on myös avainasemassa äkillisten tiedotteiden julkaisussa. Näitä voi olla mahdolliset hätä- tai häiriötilanteet, jotka vaativat mahdollisimman nopeaa reagoitua. Häiriötilanteen tiedottamisessa tulee usein järjestelmän viive esille. Julkaisun ja näytöille ilmestymisen välissä on noin kymmenen minuutin viive, mutta viive voidaan peitota ennakoimalla. Tämä tosin vaatii esimerkiksi häiriötilanteen huomaamisen hyvissä ajoin.

Kuvassa 4 esitetään arvotavarakeräilyn tuotannon tilaa. Näyttö on asetettu siten, että se on hyvin esillä lähes koko osastolle. Kyseinen mittari on arvotavarakeräilyn kannalta tärkeä, koska keräily ei ole ympärivuorokautista toisin kuin elintarvikekeräilyn puolella. Arvotavarakeräily sisältää tupakka- ja alkoholikeräilyn jotka molemmat hoidetaan loppuun saakka yhdessä vuorossa.

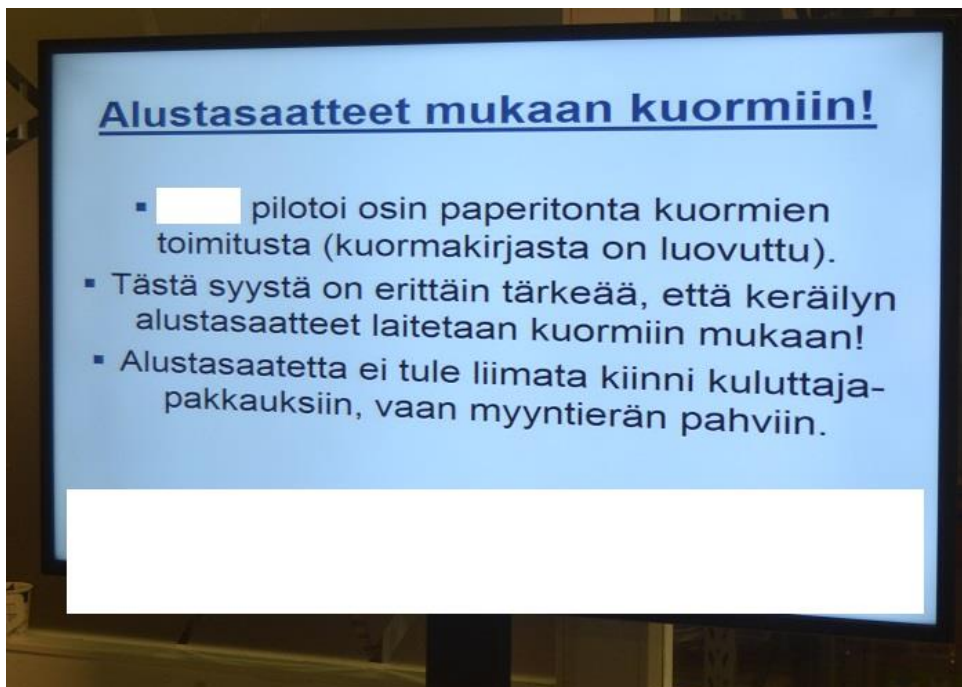


Kuva 4: Arvotavarakeräilyn näyttö

Kyseisellä näytöllä esitetään yllä näkyvän mittarin lisäksi monia tiedotteita, keräilytehokkuutta kuukausitasolla, ruokalista sekä uutiset ja sää. Arvotavarakeräily suoritetaan jalan, joten keskittyminen monitoriin ei aiheuta vaaratilanteita. Työn luonteen vuoksi kyseiselle monitorille sopii esitettäväksi tiedotteet, jotka elintarvikekeräilyn puolella esitetään taukotiloissa.

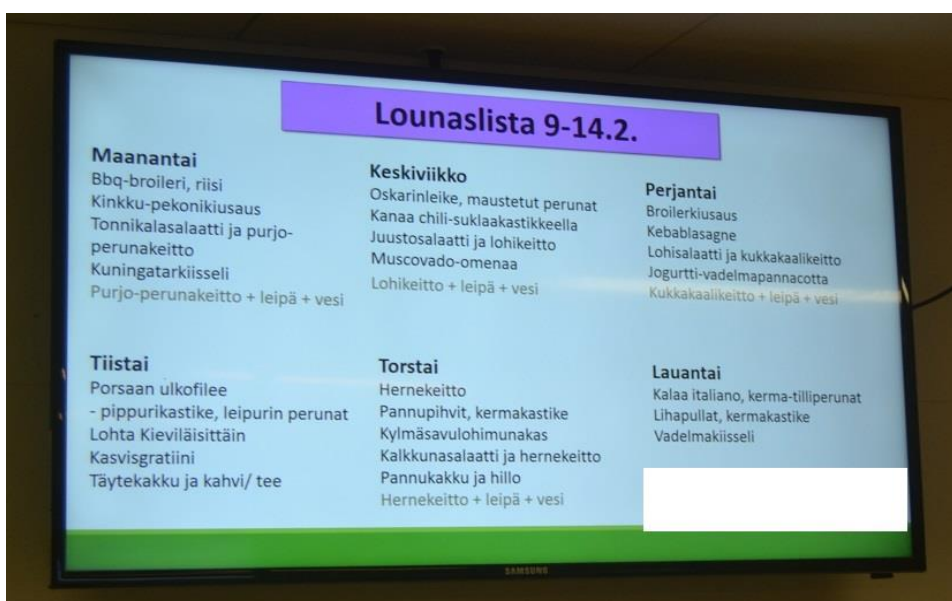
Keräilyn taukotiloissa olevilla näytöillä esitetään joitakin samoja tietoja kuin tuotannon tiloissa. Niiden lisäksi esitetään myös sisältöä, jotka vaativat hieman keskittymistä, jonka takia ne eivät sovi tuotannon tiloihin. Tämänlaisia ovat esimerkiksi lyhyet videot ja enemmän tekstiä sisältävät tiedotteet.

Kuvassa 5 esitetään keräilijöille osoitettua ohjeistusta. Kyseinen tiedote esitetään myös tuotannon tiloissa, koska sisältö on nopeasti omaksuttavissa. Mikäli tekstiä on paljon kuvassa näkyvää tiedotetta enemmän, on se järkevintä rajata näkyväksi vain taukotiloihin.



Kuva 5: Keräilyn taukotilan ensimmäinen näyttö

Kuvassa 6 näkyy saman taukotilan toinen näyttö, jonka tiedote on perinteinen ruokalista. Edellä mainitun lisäksi taukotilan näytöillä esitetään muun muassa monia tiedotteita, uutisia sekä lyhyitä työturvallisuusvideoita.



Kuva 6: Keräilytaukotilan toinen näyttö

6.5.2 Lähettämö

Lähettämö on jaettu kahteen aliryhmään; lähetysalue ja taukotilat. Lähetysalue on jouduttu erottamaan vielä kahteen aliryhmään, koska alueet sijaitsevat rakennuksen eri puolilla. Alueet on nimetty uudeksi ja vanhaksi lähetysalueeksi.

Lähetysalueilla työskentelee Yrityksen oman henkilökunnan lisäksi kuljetusyhtiöiden kuljettajia. Heidät on myös pidettävä mielessä informaationvälittäessä laadittaessa. Lähettämön työ on luonteeltaan hyvin erilaista kuin keräily, joka sallii pitkäkestoisten tiedotteiden ja raporttien julkaisun tuotantotiloissa. Seuraavat esimerkkikuvat pitävät sisällään raportin, jonka esitysaika on melko pitkä. Työskentely lähetysalueella hoidetaan samalla alueella, joten pidemmänkin tiedotteen seuraaminen on mahdollista.

Kuvassa 7 esitetään kuljettajille sekä yrityksen omalle henkilöstölle suunnattua informaatiota. Raportti esittää keräilyn edistymisestä reiteittäin, joten lähetysalueella tiedetään milloin jokin reitti on kokonaisuudessaan valmis. Kyseinen raportti on melko pitkä, joten haluttua tietoa joutuu yleensä odottamaan hetken. Raportissa on automaattinen esitys, joka rullaa listan raportin loppuun saakka.

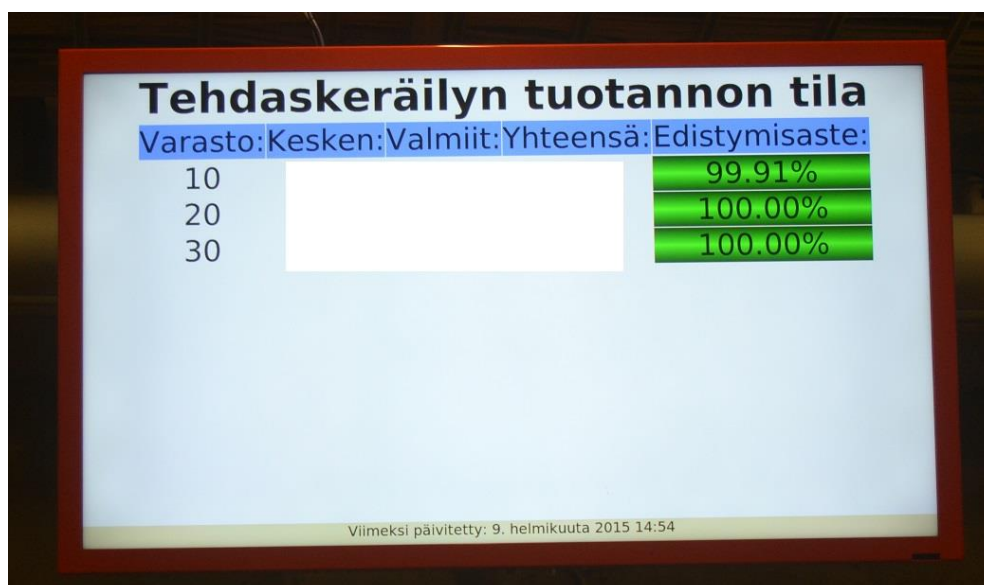


Lähtöal.	Reitti	Keräyksen tila	Lop.aika	Kerätty %	Suor.lav
ma 12:00	740 Kuopio VK terminaali 3	Avattu	ma 13:55	100,0	0 / 0
ma 14:00	002 PK Siwa Ilta Kuokka	Avattu	ma 14:47	100,0	0 / 0
ma 14:00	019 Espoo - Vantaa SW Ilta	Avattu		99,2	0 / 0
ma 14:00	733, 734, 758	Avattu		98,8	0 / 0
ma 15:20	001, 003	Avattu		77,7	0 / 0
ma 19:00	087 Metro PT Pitäjänmäki Tuore	Avattu		0,0	0 / 0
ma 19:05	065 Espoo 1	Avattu		0,0	0 / 0

Viimeksi päivitetty: 9. helmikuuta 2015 14:50

Kuva 7: Vanhan lähetysalueen monitori

Kuvassa 8 näkyvällä mittarilla informoidaan kuormia rakentaville kuljettajille eri varastojen tehdaskeräilytuotteiden tuotannon tilaa. Kyseisen informaation avulla kuljettajat tietävät itse milloin kaikki kuormaan kuuluvat tavarat ovat lastattavissa.



Kuva 8: Tuotannon tilaa esittävä mittari

Kuva 9 esittää samaa sisältöä kuin vanhalla lähetyalueella, mutta raportin sisältö poikkeaa vanhasta lähetyalueesta. Kyseinen raportti pitää sisällään keräilytilanteen uudelta lähetyalueelta lähtevistä reiteistä.

Lähtöal.	Reitti	Keräyksen tila	Lop.aika	Kerätty %	Suor.lav
ma 15:05	314 Tampere Metro PT	Avattu		54,0	3 / 3
ma 15:15	219, 225	Avattu		76,5	0 / 0
ma 15:15	226, 265 PORI	Avattu		76,0	1 / 1
ma 15:15	254, 256, 257	Avattu		81,2	0 / 0
ma 16:00	263 Pori suorajakelu	Avattu		5,3	2 / 2
ma 16:00	267, 268 RAUMA	Avattu		27,0	0 / 0
ma 16:00	316 Tampere VK-Terminali 5	Avattu		13,8	0 / 0
ma 16:00	504 Kouvola VK-term Vtalot	Avattu		15,2	0 / 0
ma	505 Kouvola VK-Terminali 1	Avattu		7,0	0 / 0

Viimeksi päivitetty: 9. helmikuuta 2015 14:40

Kuva 9: Uusi lähetyalue

Lähetyalueiden viestintätarpeet ovat siis hyvin samankaltaiset, mutta ainoa ero löytyy raporttien sisällöistä. Kuten aiemmin on mainittu, lähetyalueella voidaan esittää hieman pitkäkestoisempiakin tiedotteita, mutta siitä huolimatta on päädytty luomaan oma näyttöryhmä taukotiloja varten. Näin saadaan karsittua tuotantoalueen informaatioisällöstä sinne kuulumattomat tiedotteet pois ja sisältö pysyy työn kannalta merkityksellisenä.

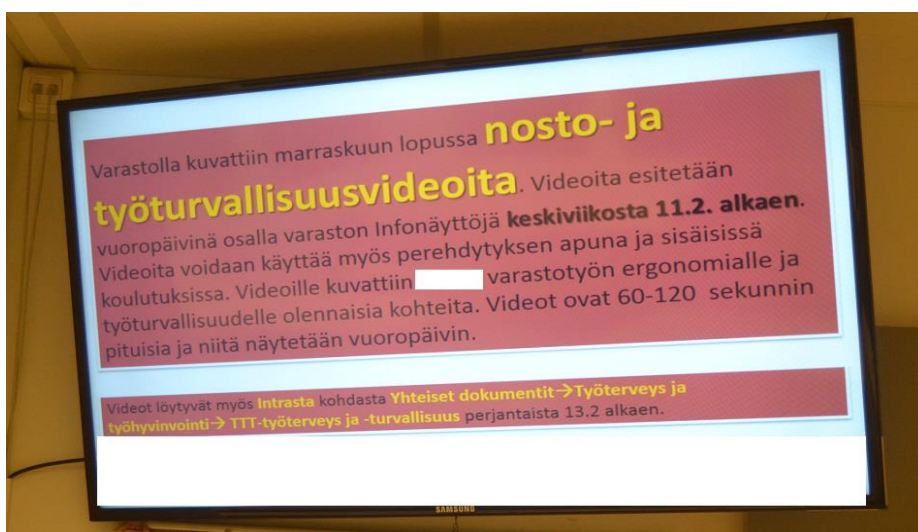
Lähtetämon taukotioloissa esitetään joitakin tuotannon raportteja sekä samankaltaisia tiedotteita ja uutisia kuin keräilyn taukotioloissa. Taukotioloissa esitetään muun muassa raporttia, joka näyttää parhaillaan kuormaa rakentavat kuljettajat. Tämän avulla yrityksen henkilöstö saa informaatiota, missä heidän palveluitaan kaivataan sillä hetkellä. Esimerkki edellä mainitusta on esitetty kuvassa 10.

Kuljetusyhtiö	Terminaali	Auto	Kuorma
KULJETUSLIIKE [redacted]	KERIRUNKO	[redacted]	6
KULJETUSLIIKE [redacted]	KERIRUNKO	[redacted]	16

Viimeksi päivitetty: 9. helmikuuta 2015 14:44

Kuva 10: Lastaamassa olevat kuljettajat

Kuvassa 11 esitetään lähtetämon taukotilan toinen monitori. Kyseinen taukotila on hieman pienempi kuin keräilyn taukotila ja sinne olisi voinut näkyvyyden puolesta riittää vain yksi monitori. Näyttöjä on kuitenkin mahdollista hyödyntää myös palaveria tai kokousta pidettäessä. Kyseisenä ajankohtana toinen monitori on tarpeellinen. Tämän takia on aiheellista asentaa myös kyseisen osaston taukotioliin kaksi monitoria.



Kuva 11: Lähtetämon taukotilan monitorilla esitettävä tiedote

Taukotilojen monitorit pienentävät tarvetta varaston ilmoitustauluille, koska monitoreilla voi julkaista lähes kaikenlaista materiaalia sähköisesti. En kuitenkaan usko, että tämän kaltainen sähköinen viestinnän kanava voi täysin korvata perinteisiä kirjallisia kanavia. Esimerkkinä edelliseen väittämään mainitsen työehtosopimuksen, jonka voi jättää ilmoitustaululle halukkaiden luettavaksi. Tämän kaltaisilla informaationäyttöjärjestelmillä on hankalaa ja hieman typerääkin julkaista liian pitkiä materiaaleja.

6.5.3 Vastaanotto

Vastaanotto on jaettu kahteen aliryhmään, jotka ovat nimetty lämminvarastoksi ja kylmävarastoksi. Kylmällä puolella on yksi monitori ja lämpimällä puolella on yhteensä kolme monitoria. Kaksi on sijoitettu suurimmalle vastaanottoalueelle, joista toinen on vastaanoton ja elintarvikekeräilyn yhteinen monitori. Yksi monitori on sijoitettu vastaanottoalueelle, joka sijaitsee rakennuksen eri puolella. Erillinen alue tunnetaan nimellä pohjoispään vastaanotto, jota käytän jatkossa kun puhun kyseisestä vastaanottoalueesta.

Vastaanottoon ei nähty tarpeelliseksi ottaa käyttöön erillistä näyttöryhmää taukotiloihin. Tämän vuoksi aiheelliset tiedotteet julkaistaan tuotannon monitoreilla. Näytöt on sijoitettu työssä tarvittavien tietokoneiden läheisyyteen, joten työntekijät viettävät aikaa monitorien läheisyydessä.

Suurin osa vastaanoton henkilöstöstä työskentelee lämpimällä puolella. Vastaanoton keskeisimmät monitoreilla esitettävät raportit ovat vastaanottoalueiden täyttöaste, sekä kuluvan päivän vastaanotetut lavamäärät.

Kuvassa 12 näkyy vastaanoton täyttöastetta kuvaava raportti, joka on yksi vastaanoton informaatiokokonaisuuden kiinteistä raporteista. Kyseisellä raportilla esitetään vastaanoton täyttöastetta kokonaisuudessaan, ei siis pelkästään kyseessä olevan alueen tilaa. Varasto on jaettu viiteen eri varastonosaan, joista kaksi sijaitsee kylmällä puolella ja kolme lämpimällä puolella. Edellä mainittu raportti tulee tarpeeseen, mikäli varastonosa johon kuormaa meinataan purkaa, on täynnä. Vastaanoton henkilökunta osaa monitorin tietojen mukaan ohjata kuljetettavan toiselle alueelle, jossa on tilaa kuorman tavaroille.

Varastonosa	Osoite	Lavoja	Täyttöaste
V1	104A		14.62%
V2	223A		12.31%
V2	223B		33.85%
V5	307A		4.62%
V5	OVI46		7.69%
	VaHo P		

Viimeksi päivitetty: 9. helmikuuta 2015 14:50

Kuva 12: Lämpimän vastaanoton monitori

Vastaanoton ja elintarvikekeräilyn yhteinen monitori, joka mainittiin aiemmin elintarvikekeräilyn osiossa, on esitetty kuvassa 13. Monitori esittää molempien näyttöryhmien informaatiokokonaisuuksia, joten esitettävää materiaalia on melko pitkä lista. Monitori on asennettu lämpimän vastaanoton läheisyyteen ja kyseisen pisteen ohi kuljetaan usein tauolle ja ruokalaan. Paikka on sinänsä hyvä sijainti informaationäytölle, koska monet henkilöstön jäsenet ovat tottuneet etsimään informaatiota viereiseltä ilmoitustaululta.

Keväällä 2015 järjestetään **Nuorten voimavararyhmä II.**

Tavoitteena on tarjota osallistujille mahdollisuus löytää keinoja omaa hyvinvointia tukevaan elämään ja tukea työelämän mielekkyyden löytämisessä. Ryhmän valmentajina toimivat lääkärikeskus [] valmentaja [] sekä pituushyppääjä []. Ryhmän tapaamiset järjestetään työajalla [] tiloissa.

Ryhmään on mahdollista päästä, jos olet **alle 35-vuotias varastotyöntekijä** ja haluat valmennusta omaan hyvinvointiin ja työelämän mielekkyyteen. Ilmoita halukkuudestasi ryhmään **perjantaihin 13.2** mennessä sähköpostilla [] tai tekstiviestillä numeroon [].

Lisätietoja luottamusmiehiltä, työsuojeluvaltuutetuilta tai esimiehiltä sekä henkilöstöhallinnosta []. Lue tarkemmin Intrasta.

Tervetuloa mukaan voimavararyhmään!

Kuva 13: Vastaanoton ja elintarvikekeräilyn yhteinen monitori

Uusimpana lisäyksenä monitorien sisällössä on työturvallisuus- ja opastusvideot. Kuvassa 14 näkyy vastaanoton monitori, jossa esitetään ohjeistusta trukin akunvaihtoon videon avulla.



Kuva 14: Pohjoispään vastaanoton monitori

Vastaanoton kylmäpuoli on paljon pienempi alue kuin lämminvarasto, ja työntekijöitä on samassa suhteessa vähemmän. Tästä syystä kylmäpuolen monitorilla esitetään lähinnä vain vastaanottotyöhön liittyviä raportteja.

Vastaanoton monitoreilla esitetään raporttia, josta käy ilmi, kuinka paljon saapuvia lavoja on odotettavissa kullekin varastonosalle. Raportista käy myös ilmi jo saapuneet lavat. Kyseinen raportti näkyy kuvassa 15. Edellä mainitun raportin avulla vastaanoton henkilöstö osaa varautua ja ryhtyä toimenpiteisiin, mikäli varastonosaa uhkaa täyttyä.

Ennuste sekä vastaanotossa tuloutetut lavat kuluvalta päivältä			
Varastonosa	Ennustettu lavojen määrä	Tuloutetut lavat	Edistyminen
V5			0.00%
V3			107.73%
V1			34.64%
V2			69.79%

Viimeksi päivitetty: 9. helmikuuta 2015 14:34

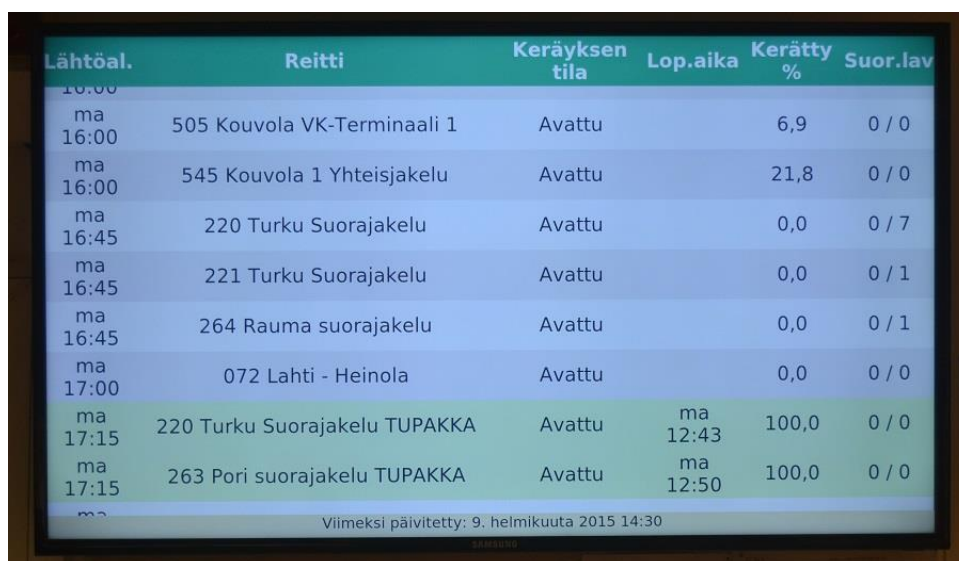
Kuva 15: Monitori kylmävastaanoton tiloissa

6.5.4 Tuotantotoimisto

Tuotantotoimistoon on keskitetty lähes kaikki varaston toimistotyöt. Näihin kuuluvat muun muassa keräilytoimisto, ajojärjestely, tuotepalvelut, inventointi ja prosessiohjaus. Kyseisessä toimistokompleksissa on muitakin toimintoja, mutta niihin ei perehdytä tässä tarkemmin.

Osa informaationäytöillä esitettävästä materiaalista syntyy tuotantotoimistossa. Tuotantotoimistossa työskentelevillä henkilöillä on hyvä käsitys varaston tapahtumista, joten heillä on vastuu osallistua informaationäytöillä näytettävien julkaisujen suunnitteluun. Hyvä esimerkki on kiireelliset tiedotteet, jotka täytyy julkaista toimistoaikojen ulkopuolella. Tuotantotoimistossa on henkilöstöä jokaisena vuorokauden ajankohtana.

Kuvassa 16 näkyy tuotantotoimiston monitori, jolla esitetään lähes kaikkea olemassa olevaa materiaalia. Yksi syy tähän on se, että kaikki osastot ovat tavalla tai toisella kytköksissä tuotantotoimistoon. Näyttöä on monesti käytetty myös julkaisujen esikatseluun.



Lähtöal.	Reitti	Keräyksen tila	Lop.aika	Kerätty %	Suor.lav
16:00 ma	505 Kouvola VK-Terminali 1	Avattu		6,9	0 / 0
16:00 ma	545 Kouvola 1 Yhteisjakelu	Avattu		21,8	0 / 0
16:45 ma	220 Turku Suorajakelu	Avattu		0,0	0 / 7
16:45 ma	221 Turku Suorajakelu	Avattu		0,0	0 / 1
16:45 ma	264 Rauma suorajakelu	Avattu		0,0	0 / 1
17:00 ma	072 Lahti - Heinola	Avattu		0,0	0 / 0
17:15 ma	220 Turku Suorajakelu TUPAKKA	Avattu	ma 12:43	100,0	0 / 0
17:15 ma	263 Pori suorajakelu TUPAKKA	Avattu	ma 12:50	100,0	0 / 0

Viimeksi päivitetty: 9. helmikuuta 2015 14:30

Kuva 16: Tuotantotoimiston monitori

6.5.5 Jakoterminali

Jakoterminali on yrityksen ulkoistama osasto, jossa vastaanotetaan kauttakulikutavaraa ja lajitellaan ne asiakkaittain. Kyseisen osaston monitori on pääsääntöisesti Yrityksen henkilöstön sekä kuljetusliikkeiden kuljettajien informointia varten. Tärkein tiedote on kuvassa 17 näkyvä raportti, josta käy keräilyn edistyminen reiteittäin. Näin kuljettajat tietävät, milloin heidän kuormansa on lastattavissa.

Jakoterminaalien keräily edistyminen	
Reitti:	Tila:
072	Kerätty
071	Kerätty
065	Kerätty
019	Kerätty
003	Kerätty
002	Kerätty
001	Kerätty
083	Keräilyssä 99.8%
134	Keräilyssä 99.3%
135	Keräilyssä 99.1%
138	Keräilyssä 98.1%
122	Keräilyssä 97.7%
158	Keräilyssä 97.3%

Viimeksi päivitetty: 9. helmikuuta 2015 14:50

Kuva 17: Jakoterminaalien monitori

Alkuperäisen suunnitelman mukaan tarkoitus oli tuottaa informatiivista sisältöä myös jakoterminaalien henkilöstölle. Jakoterminaalien työnjohto ei kuitenkaan kokenut tarjottua sisältöä tarpeelliseksi, joten suunniteltuja raportteja ei ainakaan vielä ole toteutettu.

7 Henkilöstötutkimuksen tulokset

Kyselyyn osallistui 60 henkilöä. Näistä suurin osa eli 59 oli varastotyöntekijöitä ja yksi oli toimihenkilö. Osastoittain jakauma meni siten, että vastaajista kolmekymmentäyksi oli elintarvikekeräilystä, kahdeksan oli arvotavarakeräilystä, yksitoista oli lähettämöstä, yksi oli tuotantotoimistosta ja yhdeksän ei ilmoittanut osastoaan. 30 vastaajaa oli 18 - 35-vuotiaita, 20 oli 36 - 50-vuotiaita, kahdeksan vastaajaa oli yli 51-vuotiaita ja kaksi vastaajaa ei ilmoittanut ikäänsä.

Kyselyssä oli neljä osiota, joiden aihealueet olivat ”1. Sisäinen viestintä”, ”2. Tiedonkulku varastolla”, ”3. Infonäytöt” ja ”4. Kohdennettu viestintä”. Kyselyssä esitettiin väittämiä, joihin vastattiin käyttämällä arviointiasteikkoa 1 - 5, jossa yksi tarkoittaa ”ei pidä lainkaan paikkaansa” ja viisi tarkoittaa ”pitää täysin paikkansa”. Kaikkien vastaajien kesken sisäisen viestinnän-osio sai keskiarvoksi 3,28 pistettä ja varaston tiedonkulun-osio sai 3,09 pistettä. Kaksi ensimmäistä osiota käsittelivät Yrityksen sisäistä viestintää hieman yleisemmällä tasolla, mutta tarjoavat arvokasta informaatiota uuden järjestelmän vaikutuksista sisäiseen viestintään. Osiot kolme ja neljä taas liittyvät ainoastaan uuteen järjestelmään. Kolmas eli informaationäyttöjen osio sai keskiarvoksi 3,74 pistettä. Viimeinen, eli kohdennetun viestinnän osio sai keskiarvoksi 3,25 pistettä. Tulokset on esitetty taulukossa 2.

Osio	Keskiarvo
1. Sisäinen viestintä	3,28
2. Tiedonkulku varastolla	3,09
3. Infonäytöt	3,74
4. Kohdennettu viestintä	3,25

Taulukko 2: Kyselytulokset

Edellä mainittujen väittämien lisäksi jokaiseen osioon kuului vapaa tekstikenttä, johon sai kirjata mielipiteitään aiheeseen liittyen. Näillä vapailla tekstikentillä pyrittiin löytämään ongelma- ja kehityskohteita.

Informaationäyttöihin liittyvässä osiossa erityisen tyytyväisiä oltiin näyttöjen määrään, niiden sijoitteluun sekä tiedotteiden sisällön näkyvyyteen. Suurin osa vastaajista kokee, että viestinnän kohdentaminen on onnistunutta ja heidän osastollaan esitettävä informaatio on asiaankuuluvaa.

8 Johtopäätökset

Suurin osa vastaajista kokee uuden informaatiojärjestelmän sekä niillä esitettävän sisällön hyödylliseksi. Uusi järjestelmä koetaan myös varaston tiedonkulkua edistäväksi tekijäksi. Vastaajien joukosta löytyy myös yksilöitä, jotka eivät arvosta uusia informaationäyttöjä lainkaan ja kokevat ne täysin turhiksi.

Enemmistö vastaajista on sitä mieltä, että heidän osastolleen kohdennettu viestintä on asiainkuuluvaa. Suurin osa vastaajista on myös sitä mieltä, että he voivat hyödyntää näytöillä esitettävää informaatiota työssään. Tästä voidaan päätellä, että viestinnän kohdentamisella on positiivisia vaikutuksia viestinnän laatua ajatellen. Mikäli uusi järjestelmä käyttäisi yhteistä sisältöä, jota esitettäisiin jokaiselle osastolle, olisi nyt esitettävästä sisällöstä karsittava todella suuri osa informaatiota pois, jotta sisällön kokonaisuus pysyisi inhimillisenä.

Kyseisen kehityshankkeen keskeisimpinä tavoitteina oli luoda viestintäkanava, jonka avulla saadaan toimitettua informaatiota suoraan Yritys Oy:n tuotannon henkilöstön tietoisuuteen. Tämä oli perusteltu sillä, että kaikilla ei ollut pääsyä yrityksen intranettiin, jonka johdosta uutisten ja tiedotteiden seuraaminen oli hankalaa. Tässä mielestäni onnistuttiin täysin, koska nyt kyseiset tiedotteet ja julkaisut voidaan julkaista koko henkilöstön nähtäväksi vaivatta uutta järjestelmää hyödyntäen.

Tämän kaltaisessa tutkimuksessa validiteetti ei mielestäni ole kovinkaan keskeisessä roolissa. Perinteisen laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmillä validius on keskeisempi käsite, mikäli tutkijan ja haastateltavan ajatukset eivät kohtaa, mutta koska tässä opinnäytetyössä tiedonkeruumenetelmänä toimi määrälliselle tutkimukselle omainen survey-tutkimus, en koe tutkimuksen validiteetin olevan vaakalaudalla.

Tutkimuksen reliabiliteetti on mielestäni myös hieman hankala käsite tämän tutkimuksen kohdalla. Uskon usean tutkijan pääsevän samoihin johtopäätöksiin, mikäli tutkimuksen lähtökohdat ja kehityksen kohteet ovat täysin identtiset. Koska kyseessä on tapaustutkimus, ja tutkimuksen kohteena oli Yritys Oy:n yksi monista sisäisen viestinnän kanavista, on tutkimus hieman hankala toistaa.

9 Yhteenveto

Sisäisen viestinnän merkitys Yrityksen kaltaisessa suuressa yrityksessä on merkittävässä roolissa. Yritys Oy:n viestinnän nykytila on hyvällä tasolla ja kaiken lisäksi jatkuvan seurannan ja kehityksen kohteena, joten voidaan myös olettaa viestinnän pysyvän vähintäänkin samalla tasolla.

Yritys Oy toteutti vuonna 2014 sisäisen viestinnän kehityshankkeen, jonka tarkoituksena oli luoda viestintäkanava täyttämään tuotannon henkilöstön informaatiotarpeet, koska kyseisellä henkilöstöryhmällä ei ollut varsinaista pääsyä Yrityksen intranettiin. Kyseiseksi viestintäkanavaksi valittiin tuotannon tiloihin asennettava informaationäyttöjärjestelmä, jonka avulla tiedotteiden julkaiseminen on mahdollista suoraan henkilöstön nähtäville. Näyttöjä asennettiin niin taukotiloihin, kuin varsinaisen tuotannon tiloihin.

Kyseinen viestintäjärjestelmä hyödyntää kohdennettua viestintää ja tämän tutkimuksen tarkoitus oli tutkia kohdennetun viestinnän vaikutuksia sisäisen viestinnän laatuun. Tutkimus suoritettiin noin puoli vuotta järjestelmän käyttöönoton jälkeen. Kyseessä oli survey-tyyppinen henkilöstötutkimus, joka koostui kyselylomakkeesta. Kyselylomake piti sisällään lukuisia väittämiä sekä muutaman tekstikentän.

Kehityshankkeeseen liittyvä työprojekti eteni kokonaisuudessaan hyvin ja projekti valmistui aikataulussaan. Uuden järjestelmän parissa suoritettiin noin kahden viikon mittainen testausjakso, jonka johdosta käyttöönoton yhteydessä ei ilmennyt ongelmia.

Tämän opinnäytetyön parissa työskentely on opettanut minulle paljon asioita viestintään liittyen. Erityisesti organisaation sisäisestä viestinnästä olen saanut hyvän käsityksen. Olen myös

saanut kokemusta työelämän projektityöskentelystä, josta minulla ei aiempaa kokemusta ollut.

Lähteet

Gonzalez, B. How media server software works with network media players, streamers and PCs. Viitattu 1.4.2015. <http://hometheater.about.com/od/internethometheater2/a/Media-Server-Software-Basics.htm>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11. painos. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Ikävalko, E. 2001. Käytännön tiedottaminen. 5. painos. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Juva: WSOY.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Suomen Yliopistopaino Oy.

Rouse, M. 2011. Cloud services. Viitattu 1.4.2015.
<http://searchcloudprovider.techtarget.com/definition/cloud-services>

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. painos. Helsinki: Hakapaino.

WebOpas. 2011. Mikä on tietokanta?. Viitattu 1.4.2015.
<http://webopas.blogspot.fi/2011/11/mika-on-tietokanta.html>

w3schools. Introduction to RSS. Viitattu 1.4.2015.
http://www.w3schools.com/webservices/rss_intro.asp

w3schools. SQL tutorial. Viitattu 1.4.2015. <http://www.w3schools.com/sql/>

Åberg, L. 2000. Viestintä - tuloksen tekijä. 8. painos. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Åberg, L. 2002. Viestinnän strategiat. 3. painos. Juva: WS Bookwell Oy.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää!. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Kaaviot

Kaavio 1: Informaationäyttöjen hierarkia	21
Kaavio 2: Tiedotteen siirtyminen monitoreille	24

Kuvat

Kuva 1: Informaationäyttöjärjestelmän hallintasivu	24
Kuva 2: Näyttö elintarvikekeräilyn tiloissa	28
Kuva 3: Häiriöilmoitus tuotantoon liittyen	28
Kuva 4: Arvotavarakeräilyn näyttö.....	29
Kuva 5: Keräilyn taukotilan ensimmäinen näyttö	30
Kuva 6: Keräilytaukotilan toinen näyttö	30
Kuva 7: Vanhan lähetysalueen monitori	31
Kuva 8: Tuotannon tilaa esittävä mittari	32
Kuva 9: Uusi lähetysalue.....	32
Kuva 10: Lastaamassa olevat kuljettajat	33
Kuva 11: Lähettämön taukotilan monitorilla esitettävä tiedote	33
Kuva 12: Lämpimän vastaanoton monitori	35
Kuva 13: Vastaanoton ja elintarvikekeräilyn yhteinen monitori.....	35
Kuva 14: Pohjoispään vastaanoton monitori	36
Kuva 15: Monitori kylmävastaanoton tiloissa	36
Kuva 16: Tuotantotoimiston monitori	37
Kuva 17: Jakoterminaalin monitori	38

Taulukot

Taulukko 1: Henkilöstötutkimustulokset.....	20
Taulukko 2: Kyselytulokset.....	39

Liitteet

Liite 1. Henkilöstötutkimuksessa käytetty kyselylomake	47
--	----

Liite 1. Henkilöstötutkimuksessa käytetty kyselylomake

Henkilöstötutkimus - Infonäytöt																			
Rasti mielestäsi sopivin arvo. Arvioint asteikko on 1-5, jolloin 5 = Pitää täysin paikkansa ja 1 = Ei pidä lainkaan paikkansa																			
Asemani Yrityksessä					Ikäluokka														
Varastotyöntekijä <input type="checkbox"/>					18 - 35 <input type="checkbox"/>														
Toimihenkilö <input type="checkbox"/>					36 - 50 <input type="checkbox"/>														
Muu, mikä?: _____					51 + <input type="checkbox"/>														
Osastoni: 1. Keräily 2. Tupakka-/alkoholikeräily 3. Lähettämö 4. Vastaanotto 5. Muu, mikä? _____																			
<i>Alleviivaa oma osastosi</i>																			
<u>1. Sisäinen viestintä Yrityksessä</u>																			
1. Saan kattavasti informaatiota sisäisen viestinnän kanavia pitkin <i>(Intranet, varaston infonäytöt, henkilöstölehti, ilmoitustaulut, infotilaisuudet ja palaverit yms.)</i>					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>					1	2	3	4	5					
1	2	3	4	5															
2. Sisäinen viestintä on mielestäni hyvällä tasolla					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>														
3. Olen tietoinen Yrityksessä tapahtuvista muutoksista ja uudistuksista					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>														
4. Saan hyödyllistä informaatioita "puskaradiota" pitkin <i>(Puskaradio on työntekijöiden välinen epävirallinen kanava, eikä viestin totuudenmukaisuutta voida aina todistaa)</i>					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>														
5. Vapaa sana sisäisestä viestinnästä (mikä on hyvää?, onko viestinnässä puutteita?, ongelmakohtat?): _____ _____ _____																			
<u>2. Tiedonkulku varastolla</u>																			
1. Saan hyödyllistä informaatioita osastopalavereista					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>					1	2	3	4	5					
1	2	3	4	5															
2. Esimieheni informoi minua tarpeeksi <i>(Tulevat muutokset, työni suorittamiseen tarvittavaa informaatiota yms.)</i>					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>														
3. Osastojen välinen tiedonkulku on sujuvaa					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>														
4. Osastoni sisäinen tiedonkulku on hyvällä tasolla					<table border="1" style="float: right; width: 100px;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>														
5. Vapaa sana tiedonkulusta: _____ _____ _____																			

[illegible]